



Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo

Distr. general
26 de febrero de 2024
Español
Original: inglés

Junta de Comercio y Desarrollo
Grupo Intergubernamental de Expertos en Comercio
Electrónico y Economía Digital
Séptimo período de sesiones
Ginebra, 6 a 8 de mayo de 2024
Tema 4 del programa provisional
Grupo de Trabajo sobre la Medición del Comercio
Electrónico y la Economía Digital

Resumen de la Presidencia de la cuarta reunión del Grupo de Trabajo sobre la Medición del Comercio Electrónico y la Economía Digital*

Resumen

En el presente documento, preparado por la Presidencia del Grupo de Trabajo sobre la Medición del Comercio Electrónico y la Economía Digital, se recoge un informe resumido de los debates mantenidos durante la cuarta reunión del Grupo de Trabajo, celebrada en el Palacio de las Naciones de Ginebra, los días 30 de noviembre y 1 de diciembre de 2023.

El Grupo de Trabajo examinó los progresos realizados en la medición del comercio electrónico y la economía digital por las organizaciones internacionales, la medición del valor del comercio electrónico, la medición del comercio electrónico y la economía digital sobre la base de fuentes de datos distintas de las encuestas y el fomento de la capacidad de medición. A la luz de esos debates, en el presente resumen de la Presidencia se proponen posibles temas para las futuras reuniones del Grupo de Trabajo, de modo que el Grupo Intergubernamental de Expertos en Comercio Electrónico y Economía Digital pueda examinarlos y pronunciarse al respecto en su séptimo período de sesiones.

* El presente documento es un resumen de los debates mantenidos durante la cuarta reunión del Grupo de Trabajo sobre la Medición del Comercio Electrónico y la Economía Digital; no refleja necesariamente las opiniones de la secretaría de la UNCTAD, su personal o los Estados miembros. La mención de cualquier empresa o proceso autorizado no implica el respaldo de las Naciones Unidas.



Apertura

1. La cuarta reunión del Grupo de Trabajo sobre la Medición del Comercio Electrónico y la Economía Digital se celebró los días 30 de noviembre y 1 de diciembre de 2023 en Ginebra. En el anexo I de este resumen figura una lista de asistencia y en el anexo II se enumeran los recursos didácticos compartidos durante la reunión.
2. En la sesión plenaria de apertura, el Grupo de Trabajo eligió Presidente al Gerente del Centro Regional de Estudios para el Desarrollo de la Sociedad de la Información del Brasil¹. La Subdirectora de Estadísticas de Distribución y Servicios del Instituto de Estadística de Indonesia² fue elegida Vicepresidenta-Relatora.
3. Tras la elección de la mesa, el Presidente informó al Grupo de Trabajo de que las conclusiones de la reunión se presentarían al Grupo Intergubernamental de Expertos en Comercio Electrónico y Economía Digital en su séptimo período de sesiones, que se celebraría en mayo de 2024, mediante un resumen preparado por la Presidencia, que habría de ultimarse tras la cuarta reunión del Grupo de Trabajo. El Presidente reiteró que el objetivo de la reunión era potenciar el papel de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) en las estadísticas económicas oficiales y estrechar la colaboración con los proveedores de datos para la formulación de políticas con base empírica en el contexto de la economía digital. Al subrayar la importancia de que los expertos promovieran activamente estadísticas de gran calidad, mejoraran la disponibilidad de datos y subsanaran las lagunas de datos que existían, se mejoraría la comprensión acerca de la economía digital y se destacaría la importancia de una medición precisa.
4. El Grupo de Trabajo aprobó el siguiente programa:
 1. Elección de la Mesa.
 2. Aprobación del programa y organización de los trabajos.
 3. Progresos realizados en la medición del comercio electrónico y la economía digital por las organizaciones internacionales competentes.
 4. Medición del valor del comercio electrónico.
 5. Medición del comercio electrónico y la economía digital sobre la base de fuentes de datos distintas de las encuestas.
 6. Fomento de la capacidad de medición del comercio electrónico y la economía digital.
 7. Temas para su futuro examen por el Grupo de Trabajo.
 8. Aprobación del resumen de la Presidencia.
5. La Directora de la División de Tecnología y Logística de la UNCTAD, en su discurso de apertura, señaló que los responsables de la formulación de políticas se veían limitados en sus debates sobre la economía digital al no contar con datos estadísticos, y que las estadísticas oficiales de los países en desarrollo no eran suficientes para ayudarlos a comprender los efectos del comercio electrónico y la economía digital en el desarrollo. Los datos existentes mostraban un crecimiento continuo de las exportaciones mundiales de servicios que podían prestarse por vía digital, así como un aumento de la disparidad entre países con distintos niveles de desarrollo. También persistía la brecha digital entre los usuarios de Internet de los países desarrollados y los de los países en desarrollo. No había suficientes estadísticas accesibles sobre el uso de Internet en las empresas de los países en desarrollo o su participación en el comercio electrónico. La Directora destacó la demanda constante de asistencia técnica y apoyo para la medición del comercio electrónico y la economía digital. Asimismo, alentó a los países a que aprovecharan la reunión del Grupo de Trabajo para formular sus necesidades de fomento de la capacidad y solicitar el apoyo adecuado, por

¹ Sr. Alexandre Barbosa.

² Sra. Pudji Ismartini.

ejemplo planteando cuestiones pertinentes en el resumen de la Presidencia que se presentaría al Grupo Intergubernamental de Expertos.

6. En su intervención, la Directora Interina del Servicio de Estadística de la UNCTAD señaló que la reunión del Grupo de Trabajo era la única oportunidad que tenían los representantes de las oficinas nacionales de estadística para reunirse en la UNCTAD y orientar los correspondientes debates de política comercial. Las conversaciones del Grupo de Trabajo no solo contribuían a los debates sobre políticas en la UNCTAD, sino también a la labor de la Comisión de Estadística dirigida a mejorar la medición de la digitalización, en el marco de la actualización del Sistema de Cuentas Nacionales. Ni el comercio digital ni el papel de la innovación o la tecnología en las economías se estaban midiendo aún de manera suficiente. La Directora Interina señaló que la digitalización obligaba a revisar el sistema internacional de estadísticas económicas y a definir nuevos parámetros para medir la inclusividad y el desarrollo sostenible, y al mismo tiempo a reforzar la capacidad estadística de los países. La digitalización ofrecía nuevas herramientas para recopilar y analizar estadísticas comerciales, como el sistema de información sobre el comercio de servicios³, que ayudaba a los institutos nacionales de estadística a recopilar, procesar y publicar datos sobre el comercio internacional de servicios. Utilizado actualmente por ocho países de África Occidental, ese sistema contenía datos sobre los modos de suministro y podía utilizarse para medir el comercio realizado y encargado por vía digital en otros países.

Tema 3

Progresos realizados en la medición del comercio electrónico y la economía digital por las organizaciones internacionales competentes

7. En el marco de este tema permanente, el Grupo de Trabajo examinó los avances de las actividades de las organizaciones internacionales en esa esfera. La secretaría de la UNCTAD resumió los últimos trabajos sobre la medición del comercio electrónico y la economía digital, incluidas dos publicaciones importantes que se habían utilizado como documentos de referencia para el Grupo de Trabajo. La primera era un estudio en el que se hacía balance de las estadísticas oficiales disponibles y de las estimaciones del valor del comercio electrónico, así como de las metodologías, y que serviría de base para la labor de un nuevo grupo de tareas sobre la medición del valor del comercio electrónico (véase el tema 4 y el anexo III). La segunda publicación correspondía a la segunda edición del manual sobre la medición del comercio digital (*Handbook on Measuring Digital Trade*), fruto del esfuerzo conjunto de cuatro organizaciones internacionales, que también serviría de base para las futuras actividades de fomento de la capacidad (véase el párr. 13). Además, la UNCTAD había preparado una nota técnica sobre las actualizaciones del Sistema Armonizado de clasificación de productos comercializados (SA22) y sus implicaciones para la definición de los bienes de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC). Por último, la UNCTAD había puesto en marcha su recopilación de datos bienal en 2023 implementando una nueva herramienta de recogida de datos en línea que facilitaba significativamente la recopilación y verificación de datos tanto para las oficinas nacionales de estadística como para la UNCTAD. La secretaría alentó a los países a que respondieran a una encuesta en línea si disponían de estadísticas oficiales sobre comercio electrónico y economía digital que aún no se hubieran incluido en los cuadros sobre la economía digital del portal estadístico de la UNCTAD⁴.

8. Un representante de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) compartió con los asistentes información actualizada sobre la forma en que se había utilizado el marco de políticas integrado Going Digital de la OCDE⁵ para formular estrategias digitales nacionales y elaborar el indicador de exhaustividad de las estrategias digitales

³ Véase <https://unctad.org/programme/trade-services-statistics-information-system-tisstat>.

⁴ Véase <https://unctadstat.unctad.org/datacentre/>.

⁵ Véase https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/going-digital-integrated-policy-framework_dc930adc-en.

nacionales⁶. El orador señaló que el marco de políticas integrado Going Digital y la hoja de ruta para la medición de la transición digital de la OCDE (*The OECD Going Digital Measurement Roadmap*)⁷ se revisarían en 2024-2025 con el objetivo de abordar las tecnologías en rápida evolución, como la inteligencia artificial generativa y la computación cuántica. Se invitó a los expertos a explorar el conjunto de herramientas para la transición digital (Going Digital Toolkit) de la OCDE, que presentaba indicadores clave sobre comercio electrónico y economía digital⁸. En noviembre de 2023, el Grupo de Trabajo sobre Medición y Análisis de la Economía Digital de la OCDE había puesto de relieve dos esferas prioritarias para la labor futura: la actualización de su definición estadística del comercio electrónico y la revisión de la taxonomía y los principios para medir la intensidad digital en todos los sectores. Complacía a la OCDE invitar a los miembros de la UNCTAD a que participaran, según procediera, en esos debates.

9. La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) presentó brevemente información actualizada en nombre de la Asociación para la Medición de las TIC para el Desarrollo⁹, que había celebrado una sesión temática sobre los indicadores de las TIC para el seguimiento de los objetivos y las metas internacionales durante el Foro de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información en marzo de 2023¹⁰. En esa sesión, el Enviado del Secretario General para la Tecnología había hecho hincapié en el fomento de la capacidad como una prioridad para ayudar a los países en desarrollo a medir los progresos realizados, especialmente en el marco de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Asimismo, se había insistido en impulsar la colaboración entre la comunidad estadística y los poseedores de nuevas fuentes de datos, como los macrodatos y la inteligencia artificial. La Asociación había participado además en la consulta en línea del pacto digital global y había subrayado la necesidad de analizar la cuestión de las mediciones estadísticas y los medios para su producción. También había intervenido en el foro político de alto nivel sobre el desarrollo sostenible¹¹, señalando la falta de indicadores relacionados con las TIC en el marco de seguimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible y la desconexión entre las políticas de desarrollo digital y la disponibilidad y calidad de estadísticas oficiales esenciales para establecer una base de referencia, hacer un seguimiento de los avances y evaluar el impacto de las políticas. La Asociación informaría acerca de los avances en lo relativo a las estadísticas sobre las TIC en el 55º período de sesiones de la Comisión de Estadística, que se celebraría en febrero-marzo de 2024.

10. La UIT también presentó los avances en sus propias actividades de medición de los indicadores relacionados con la economía digital que se recopilaban a través de las encuestas de hogares, especialmente sobre el uso de Internet para la compra o venta de bienes o servicios, que podían complementar los datos reunidos a través de las encuestas de empresas. La UIT había propuesto indicadores sobre compras, con datos desglosados por tipo de bienes y servicios, canal de pago, método de entrega y dificultades en la compra. Lamentablemente, la disponibilidad de esos datos sobre la demanda, en particular sobre el desglose del comercio electrónico, seguía siendo muy limitada en el caso de los países en desarrollo. Las recientes iniciativas para la medición del dinero móvil habían llevado a los grupos de expertos de la UIT sobre indicadores de hogares y telecomunicaciones/TIC a convenir en 11 indicadores que podían recopilarse a través de las encuestas de hogares y los datos administrativos. La UIT deseaba armonizar sus datos con los de la encuesta Global Findex del Banco Mundial y la encuesta sobre el acceso financiero del Fondo Monetario Internacional, en las que ya se recogían indicadores similares.

11. Una funcionaria de la Oficina Estadística de la Comisión Europea (Eurostat) informó en la reunión acerca de la última encuesta de la Unión Europea sobre el uso de las TIC y el comercio electrónico en las empresas, que abarcaba el comercio electrónico y el comercio a

⁶ Véase <https://www.oecd.org/publications/assessing-national-digital-strategies-and-their-governance-baffceca-en.htm>.

⁷ Véase <https://www.oecd.org/digital/the-oecd-going-digital-measurement-roadmap-bd10100f-en.htm>.

⁸ Véase <https://goingdigital.oecd.org/>. Actualmente está disponible en árabe, francés, hebreo e inglés.

⁹ Véase <https://www.itu.int/es/ITU-D/Statistics/Pages/intlcoop/partnership/default.aspx>.

¹⁰ Véase <https://www.itu.int/net4/wsis/forum/2023/Agenda/Session/216>.

¹¹ Véase <https://hlpf.un.org/sites/default/files/vnrs/2023/HLPF%202023%20Inputs%20Partnership%20Measuring%20ICT%20for%20Development.pdf>.

través de pedidos digitales. La encuesta de Eurostat fue reconocida como buena práctica en términos de exhaustividad, transparencia de metadatos y puntualidad en la publicación de estadísticas (anualmente). Además, podía constituir una valiosa referencia para los países en desarrollo a la hora de establecer vínculos entre la elaboración de estadísticas sobre comercio electrónico y economía digital y los requisitos de la formulación de políticas. La funcionaria invitó a los expertos del Grupo de Trabajo a que visitaran la página web de Eurostat con las principales conclusiones e información metodológica sobre la encuesta¹².

12. Un estadístico superior del Fondo Monetario Internacional compartió información actualizada con los asistentes sobre la séptima edición del *Manual de Balanza de Pagos y Posición de Inversión internacional* (MBP7), que incluiría un nuevo capítulo conjunto sobre digitalización (capítulo 22), resultante del proceso de actualización del Sistema de Cuentas Nacionales¹³. Con ese capítulo se trataría de dar visibilidad al impacto de la digitalización en varios aspectos de la economía, incluido el comercio, y las transacciones transfronterizas pertinentes. También se proporcionarían directrices sobre la medición de los productos digitales de conformidad con el amplio marco conceptual del Sistema de Cuentas Nacionales y el *Manual de Balanza de Pagos*, explicando la medición de los productos y activos que habían surgido como parte de la digitalización, y se presentaría una visión consolidada de la medición y la presentación de informes acerca de los aspectos clave de la digitalización. El Fondo Monetario Internacional también había participado en la elaboración del manual sobre la medición del comercio digital (véase más adelante) y los correspondientes talleres.

13. Los organismos coautores presentaron la segunda edición del manual sobre la medición del comercio digital¹⁴. Se había publicado en julio de 2023 y no modificaba el marco fundamental de medición, pero contenía las siguientes actualizaciones: a) aclaraciones sobre los conceptos y las definiciones en relación con el comercio digital y las directrices sobre su aplicación; b) una amplia guía para la recopilación de datos, basada en iniciativas recientes tanto en economías desarrolladas como en economías en desarrollo, que abarcaba diversas fuentes de encuestas y de otro tipo relevantes; y c) un modelo simplificado de presentación de información. Aunque se necesitarían más investigaciones y pruebas empíricas para mejorar y perfeccionar los enfoques de recopilación, el marco conceptual afianzado constituía la base para compilar estadísticas sobre comercio digital. El objetivo era que esas estadísticas se pudieran comparar a escala internacional y fueran compatibles con las cuentas económicas más amplias. El manual también constituía la base de un programa activo de asistencia técnica y fomento de la capacidad estadística con el que los cuatro organismos asociados podían ayudar a los compiladores de estadísticas en sus tareas de evaluar, supervisar y resolver los retos que planteaba la medición del comercio digital¹⁵.

14. Durante el debate interactivo, un experto sugirió que la UNCTAD creara un repositorio en línea de los recursos estadísticos compartidos en el Grupo de Trabajo e hiciera balance de las estadísticas disponibles sobre comercio electrónico y economía digital. Otro experto señaló que los productores de estadísticas a menudo se enfrentaban a una falta de comprensión por parte de los encuestados: las empresas no sabían necesariamente qué englobaba la definición de comercio electrónico, ni podían cuantificar el comercio electrónico entre empresas si se realizaba a través de sistemas de planificación de los recursos empresariales. Podía ser útil un estudio sobre cómo cuantificar o desglosar las diferentes etapas del comercio electrónico. La secretaría de la UNCTAD reconoció que sus estimaciones sobre las transacciones entre empresas se veían afectadas por la falta de estadísticas oficiales. La UNCTAD también señaló que los indicadores básicos del sector de

¹² Véase https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Digital_economy_and_society_statistics_-_enterprises.

¹³ Véase <https://www.imf.org/en/Data/Statistics/BPM/BPM7-chapters>.

¹⁴ El manual sobre la medición del comercio digital ha sido elaborado conjuntamente por el Fondo Monetario Internacional, la OCDE, la UNCTAD y la Organización Mundial del Comercio (OMC). Véase https://unctad.org/system/files/official-document/dtlecdc2023d8_en.pdf.

¹⁵ Las actividades de fomento de la capacidad abarcarán formación presencial, en línea y semipresencial. El primer taller tuvo lugar en noviembre de 2023 para los países árabes, financiado por el Fondo Monetario Árabe y la OMC, e impartido con la colaboración de la Comisión Económica y Social para Asia Occidental, el Instituto Árabe de Capacitación e Investigaciones en Estadística y la División de Estadística de las Naciones Unidas. Los talleres se organizan en función de la demanda.

las TIC podían seguir desarrollándose en el futuro a partir de los debates relativos al marco del Sistema de Cuentas Nacionales.

15. Era esencial contar con múltiples fuentes y métodos para lograr una medición exhaustiva y cohesionada del comercio digital. Las principales prioridades eran las siguientes: medir las transacciones digitales de las empresas (por ejemplo, a través de encuestas sobre el uso de las TIC por parte de las empresas); medir el comercio digital de bienes ajustando los requisitos de presentación de información aduanera; en las estadísticas sobre el comercio de servicios, garantizar la disponibilidad de información detallada completa sobre los productos para los servicios que podían prestarse por vía digital; e incluir preguntas sobre la prestación digital en las encuestas sobre el comercio internacional de servicios. Las organizaciones internacionales ofrecían recursos didácticos complementarios que debían tenerse en cuenta a la hora de captar la evolución de la economía digital a través de las estadísticas oficiales.

Tema 4

Medición del valor del comercio electrónico

16. En esta sesión se expusieron los avances en el ámbito de la medición del comercio electrónico. Un representante de la secretaría de la UNCTAD ofreció una visión general del informe de balance relativo a la medición del valor del comercio electrónico. Puso de relieve la escasez de estadísticas sobre el valor de los ingresos empresariales procedentes del comercio electrónico elaboradas por las autoridades estadísticas nacionales competentes. El orador destacó además las variaciones en las fuentes subyacentes, los enfoques de medición y la información desglosada. Asimismo, señaló la importancia de distinguir entre ventas de comercio electrónico nacionales e internacionales como componente clave de la medición del comercio encargado por vía digital, tal y como se establecía en el manual sobre la medición del comercio digital.

17. Sobre esa base, la secretaría de la UNCTAD informó de la creación del grupo de tareas sobre la medición del valor del comercio electrónico, tal y como había recomendado el Grupo de Trabajo en su tercera reunión, celebrada en noviembre de 2022, y refrendado por el Grupo Intergubernamental de Expertos en Comercio Electrónico y Economía Digital en mayo de 2023. Su objetivo central era formular directrices y recomendaciones acordadas internacionalmente sobre la medición del valor de las transacciones de comercio electrónico en las que participaban empresas (tanto ventas como compras) y, de ese modo, apoyar la elaboración de estadísticas comparables internacionalmente sobre el valor del comercio electrónico (y el correspondiente concepto de comercio encargado por vía digital). Con ese fin, el grupo de tareas sobre la medición del comercio electrónico serviría de plataforma para un debate exhaustivo entre expertos con experiencia práctica en la medición del valor del comercio electrónico, así como entre quienes trabajaban activamente para el desarrollo de la medición en ese ámbito. El grupo de tareas sobre la medición del valor del comercio electrónico había celebrado sus primeras reuniones en noviembre (a distancia) y se reuniría en persona en diciembre de 2023, con la participación de representantes de unos 25 Estados miembros y organizaciones internacionales (véase el anexo III). En el futuro, las reuniones se celebrarían principalmente en línea, aunque habría reuniones presenciales hasta dos veces al año y según conviniera para avanzar hacia los objetivos del grupo. Los avances del grupo de tareas sobre la medición del valor del comercio electrónico se comunicarían al Grupo de Trabajo sobre la Medición del Comercio Electrónico y la Economía Digital.

18. Para facilitar el debate, se presentaron diversas iniciativas nacionales y regionales dirigidas a medir el valor del comercio electrónico. Un representante del Departamento de Estadística de Malasia presentó unos resultados que mostraban el firme crecimiento del comercio electrónico en el país desde 2015, así como la amplia información disponible, tanto sobre las ventas y los gastos del comercio electrónico como sobre los desgloses sectoriales y regionales. También se destacó, en particular, la elaboración de estadísticas trimestrales de comercio electrónico desglosadas por gasto.

19. Un representante de la Oficina de Estadística del Canadá presentó los resultados de las encuestas de hogares y empresas y destacó el fuerte crecimiento de los ingresos de las

empresas y los gastos de los hogares en la esfera del comercio electrónico en el Canadá. También se mencionó que los resultados de la estimación de la encuesta de empresas eran mayores que los de la encuesta de hogares debido a la incorporación de las transacciones entre empresas. No obstante, se indicó que los resultados de esas dos fuentes no podían integrarse porque se produciría una doble contabilización de las ventas de comercio electrónico realizadas por empresas del Canadá a hogares de ese país. Además, se destacó la recopilación y la difusión de las ventas transfronterizas de comercio electrónico desglosadas por socios comerciales.

20. Un representante del Banco Mundial presentó una iniciativa que había emprendido este organismo para facilitar la elaboración de estadísticas sobre el valor del comercio electrónico en las economías de Asia Central. Los principales mensajes fueron que los países de ingreso bajo y mediano bajo carecían de capacidad para realizar encuestas a empresas sobre el valor del comercio electrónico. Además, dado que muchos agentes del comercio electrónico no eran empresas formales, las encuestas de hogares podían servir para cubrir una parte importante del panorama del comercio electrónico en esos países. Asimismo, a menudo no se utilizaban los canales “formales” de comercio electrónico establecidos en la definición de la OCDE, sino que se optaba por las ventas en línea “informales”, a través de servicios de mensajería y redes sociales.

21. Durante el debate posterior, la secretaría de la UNCTAD observó varios mensajes clave que mostraban los resultados del Canadá y Malasia. En primer lugar, las transacciones entre empresas predominaban en el valor general del comercio electrónico. Además, la gran mayoría del comercio electrónico tenía lugar a nivel nacional (entre compradores y vendedores dentro del mismo país), por lo que, aunque el comercio electrónico internacional era un componente del comercio digital, era importante no perder de vista el elemento nacional a la hora de conceptualizar y medir el comercio electrónico. En el contexto de la OMC también se había planteado la relevancia de las ventas nacionales de comercio electrónico realizadas por filiales controladas desde el extranjero.

22. Tres expertos insistieron en la importancia de los pedidos a través de mensajes escritos manualmente en el contexto de las ventas en línea, y señalaron también que quienes vendían a través de esos canales no siempre eran empresas registradas oficialmente. En Indonesia, se había registrado además que predominaban los negocios pequeños e informales entre los que vendían a través de esos canales. Se subrayó la necesidad de mantener la comparabilidad entre países. Se destacó que, si bien la importancia de esas transacciones no entrañaba automáticamente que fuera necesario cambiar la propia definición de comercio electrónico, el establecimiento de una definición distinta pero complementaria que abarcara esas “otras ventas en línea” también podía contribuir a su reconocimiento y medición.

23. Se tomó nota de que el Grupo de Trabajo sobre Medición y Análisis de la Economía Digital de la OCDE había aceptado participar en los debates sobre la definición de comercio electrónico y la formulación de orientaciones. La OCDE expresó su compromiso con un proceso abierto e integrador de múltiples partes interesadas, que garantizara una colaboración y una interacción efectivas con el Grupo de Trabajo sobre la Medición del Comercio Electrónico y la Economía Digital.

24. Un experto se hizo eco del reto planteado por el Canadá de integrar los resultados procedentes de distintas fuentes, mientras que el Presidente también señaló la continua pertinencia de los pedidos realizados a través del intercambio electrónico de datos como componente del comercio electrónico y las dificultades que podían tener los encuestados, especialmente a quienes se preguntaba sobre su gasto en línea, a la hora de saber si compraban a un vendedor nacional o internacional.

25. En respuesta a la atención prestada a las encuestas de hogares en el contexto del apoyo brindado por el Banco Mundial a los países de Asia Central y a las preocupaciones planteadas por el Presidente, la UIT destacó los importantes retos vinculados a la disponibilidad de datos para los indicadores básicos sobre el uso de las TIC en los hogares, incluidos los relativos a la adopción del comercio electrónico. Así pues, la UIT no estaba trabajando activamente para ampliar el marco y las directrices e incluir el valor del gasto en comercio electrónico de los hogares.

26. Por último, el Presidente, Eurostat y la OCDE compartieron la posibilidad de utilizar fuentes de datos distintas de las encuestas, como los datos administrativos en poder de las autoridades fiscales, para complementar los de las encuestas. De todas maneras, reconocieron que la magnitud de los datos en cuestión y las limitaciones de los datos disponibles podían suponer un desafío.

27. El Presidente concluyó haciendo hincapié en la importancia crítica de las estadísticas sobre comercio electrónico a fin de que los responsables de la formulación de políticas pudieran definir las tendencias, las vulnerabilidades y las esferas que requerían atención para fomentar el crecimiento económico digital. Con la creación del grupo de tareas sobre la medición del valor del comercio electrónico, el Grupo de Trabajo se encuentra en una buena posición para avanzar en la correspondiente labor metodológica, sobre todo en los países en desarrollo, y subsanar así eficazmente las lagunas de datos existentes.

Tema 5

Medición del comercio electrónico y la economía digital sobre la base de fuentes de datos distintas de las encuestas

28. El Grupo de Trabajo debatió sobre el uso de fuentes de datos distintas de las encuestas para medir el comercio electrónico y la economía digital, y se alentó a los participantes a compartir experiencias nacionales. Varios expertos aportaron valiosas ideas sobre la medición de la economía digital en las cuentas nacionales y los marcos estadísticos, y destacaron los esfuerzos de los países para integrar las mediciones de la economía digital y abordar los retos relacionados con las fuentes, las metodologías y la calidad de los datos. Los expertos subrayaron la importancia del perfeccionamiento y la adaptación continuos para captar la evolución de la economía digital. Tanto el manual sobre la medición del comercio electrónico como el manual sobre la compilación de cuadros digitales de oferta y utilización (*Handbook on Compiling Digital Supply and Use Tables*) se consideraron documentos muy útiles en ese ámbito.

29. Un representante de la secretaría de la UNCTAD presentó los cuadros digitales de oferta y utilización para dar más visibilidad a la digitalización en las cuentas nacionales. Esos cuadros podían ayudar a satisfacer distintas demandas de políticas, como las relacionadas con la fiscalidad, la previsión de servicios de oferta y demanda, los mercados cambiantes, la evolución de las competencias y la tendencia general hacia los servicios prestados digitalmente. El panelista describió el marco, mostrando su flexibilidad con ejemplos de varios países, y subrayó la importancia de encontrar indicadores pertinentes, como el consumo digital de los hogares y el comercio internacional a través de pedidos digitales. Instó a los países a que integraran la digitalización en sus cuentas nacionales utilizando los datos disponibles y perfeccionando al mismo tiempo las metodologías para lograr una medición precisa.

30. Un representante del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) de México presentó la estrategia del país para incorporar los datos de la economía digital a las cuentas nacionales, centrándose especialmente en el comercio electrónico. El objetivo principal era calcular la contribución del comercio electrónico al producto interno bruto (PIB) utilizando diversas fuentes de datos, como censos económicos y encuestas de empresas, y se debatieron los aspectos metodológicos. La integración de las fuentes de datos para obtener estadísticas precisas planteaba un problema que se resolvió combinando datos de encuestas y bases de datos administrativas. Las iniciativas en curso del INEGI estaban destinadas a mejorar aún más las técnicas de medición.

31. Una representante del Organismo Central de Movilización Pública y Estadística de Egipto detalló los esfuerzos del país para medir el comercio electrónico y la economía digital. Subrayó los retos que surgían a la hora de garantizar la calidad de los datos, especialmente cuando se integraban los datos de las encuestas con los de los registros de empresas. Expuso las iniciativas de Egipto destinadas a incorporar datos sobre comercio electrónico en encuestas que abarcaban tanto el sector económico formal como el informal. Para la medición de las actividades de comercio electrónico en la economía informal (fuera de las estructuras formales) se aplicaban enfoques de encuesta innovadores, que abarcaban diversos sectores y

se centraban en dimensiones cualitativas y cuantitativas. Se destacó el compromiso de Egipto de perfeccionar las metodologías para las encuestas.

32. Una representante de la Oficina Nacional de Estadística de Georgia (Geostat) explicó que el país, con la ayuda del Banco Asiático de Desarrollo, estaba elaborando cuadros digitales de oferta y utilización. El proyecto exploraba formas innovadoras de combinar fuentes de datos para elaborar estadísticas desglosadas sobre industrias y productos digitales, por ejemplo accediendo a los estados financieros de las plataformas de intermediarios digitales que operaban en la economía georgiana. La limitada disponibilidad de fuentes de datos detallados y la necesidad de reclasificar a las industrias digitales identificadas recientemente habían planteado importantes desafíos. Además, Georgia se encontraba en el proceso de transición hacia la metodología del sistema europeo de cuentas nacionales y regionales¹⁶. Aun así, el proyecto había producido estimaciones preliminares del PIB digital de Georgia para los años de referencia 2018, 2020 y 2021 que se presentaron al Grupo de Trabajo.

33. En el debate posterior, un delegado expresó su preocupación por la prevalencia de los datos de encuestas en las metodologías comentadas, lo que contrastaba con el uso previsto de datos de fuentes distintas de las encuestas. Se explicó que una estrategia consistía en empezar con las estadísticas de las cuentas nacionales de alta calidad disponibles (que solían basarse predominantemente en encuestas), pero después se centraría en la economía digital utilizando diversos métodos de fuentes distintas de las encuestas, como datos administrativos, registros de empresas y modelización. En cualquier caso, las encuestas también podían desempeñar un papel importante cuando estaban disponibles. La secretaria reconoció la diversidad de prácticas entre países y la naturaleza evolutiva de los métodos de recopilación de datos en el ámbito de la medición de la economía digital.

34. El representante del Brasil presentó un enfoque innovador para medir el total de ventas en línea, que entrañaba el desarrollo de un panel para agregar los volúmenes de transacciones digitales. Ese panel proporcionaba estadísticas relevantes sobre las transacciones en línea y servía de modelo para utilizar datos de fuentes distintas de las encuestas. En ese contexto, el delegado de México alentó la digitalización de los marcos de las cuentas nacionales, abogando por una combinación de fuentes de datos procedentes y no procedentes de encuestas. La representante de Egipto hizo hincapié en la importancia de la calidad de los datos, sobre todo al comparar los datos de las encuestas con los de los registros de empresas, y subrayó que la precisión era necesaria en la medición. La experta de Georgia describió los retos relacionados con la integración del registro de empresas y las fuentes administrativas para determinar las actividades de servicios y productos digitales dentro de la economía digital. La Vicepresidenta expuso el método que empleaba Indonesia para la recopilación de datos sobre el comercio electrónico utilizando los datos administrativos de informes de actividad empresarial en el mercado, en colaboración con el Ministerio de Comercio y el Ministerio de Comunicaciones e Información, y mostró de forma práctica diversos métodos de presentación de datos.

35. Una representante de la Administración General de Aduanas de China presentó el marco global del país para medir la economía digital. Ofreció una explicación detallada sobre cómo aprovechar los datos administrativos aduaneros y combinarlos con datos de encuestas y otras fuentes para que las mediciones fueran exhaustivas. También se refirió a la integración de los datos del comercio electrónico en las cuentas nacionales, destacando el impacto en las industrias tradicionales y los retos que planteaba la rápida evolución tecnológica. Subrayó la importancia de la colaboración interdepartamental y la cooperación internacional. Su exposición incluyó estudios de casos que mostraban la aplicación práctica de esos métodos en la formulación de políticas. La panelista concluyó subrayando el compromiso de China para perfeccionar las técnicas de medición de la economía digital, aumentar las aplicaciones de los macrodatos y mejorar la cooperación internacional para el desarrollo metodológico.

36. Un equipo de expertos del Ministerio de Comercio de Türkiye presentó información sobre varias iniciativas destinadas a medir el comercio digital transfronterizo utilizando el manual sobre la medición del comercio digital e integrar las mediciones de la economía

¹⁶ Véase Unión Europea, 2013, *Sistema Europeo de Cuentas 2010*, Luxemburgo.

digital en los marcos estadísticos nacionales del país. El primer experto hizo hincapié en el uso de los cuadros digitales de oferta y utilización y en las iniciativas dirigidas a la incorporación de los datos del comercio electrónico en las cuentas nacionales, abordando los retos que planteaba la recopilación de datos. El segundo experto detalló la metodología de Türkiye, destacando el uso de diversas fuentes de datos, como encuestas y datos administrativos, y comentó las dificultades que surgían a la hora de garantizar la calidad de los datos e integrar esas diversas fuentes. El tercer experto se centró en las aplicaciones prácticas de las iniciativas de medición de la economía digital de Türkiye, en particular en el uso de los cuadros digitales de oferta y utilización en la formulación de políticas y el análisis económico, con ejemplos de todos los sectores. De cara al futuro, el Ministerio de Comercio de Türkiye tenía la intención de centrarse en perfeccionar las metodologías y las estrategias de recopilación de datos.

37. Después de las ponencias, los delegados entablaron un debate sobre las complejidades de la medición de la economía digital. Uno de los principales temas analizados fue la integración de los datos administrativos para mejorar la comprensión del comercio electrónico, con especial atención a los retos que planteaba la selección de los encuestados idóneos dentro de las empresas. Un experto detalló la dificultad que suponía encontrar al encuestado pertinente para diversos módulos de la encuesta de empresas, como la ciberseguridad y el comercio electrónico. En respuesta a esas preocupaciones, los panelistas dieron a conocer sus respectivos enfoques. En Türkiye, el sistema de declaración de aduanas permitía utilizar herramientas de exploración de datos y métodos de contacto directo, como el correo electrónico y las llamadas telefónicas, para seleccionar a los encuestados idóneos y comunicarse con ellos. La experta de China destacó estrategias similares, que se centraban en la cooperación entre aduanas, ministerios de comercio y otras partes interesadas para recopilar datos de plataformas electrónicas y vendedores. La representante de China también respondió a una pregunta sobre las transacciones entre empresas en los datos de comercio electrónico y aclaró que las estadísticas chinas actuales abarcaban principalmente los bienes de consumo. No se incluían las transacciones efectuadas a través de sistemas de planificación de los recursos empresariales, aunque era una cuestión que podía estudiarse en el futuro.

38. Un representante del Banco de Namibia y una del Banco Central de El Salvador presentaron las experiencias de sus países aprovechando fuentes de datos distintas de las encuestas, concretamente los pagos con tarjetas de débito y crédito, para medir el comercio electrónico en sus respectivos países. En ambos casos, el enfoque de medición se había regido por el manual sobre la medición del comercio electrónico.

39. Namibia aprovechaba el conjunto de datos acerca de los pagos individuales con tarjetas de crédito y débito emitidas en Namibia a comerciantes no residentes que recopilaba a través de su sistema de notificación de transacciones transfronterizas en divisas, sistema que se había puesto en marcha para el control cambiario. El objetivo del ejercicio había sido mejorar los datos de la balanza de pagos incluyendo las transacciones transfronterizas de bienes y servicios digitales realizadas por los hogares y las empresas (es decir, los pedidos digitales). Los servicios digitales se agrupaban en diez segmentos de mercado, incluidos los prestados a través de plataformas digitales intermediarias, y los datos sobre las compras en línea de los principales minoristas en línea servían de indicador de los bienes encargados por vía digital. El Banco de Namibia podía demostrar el crecimiento de las compras digitales transfronterizas y que las transacciones con tarjetas extranjeras eran significativas y debían incluirse en la compilación de las estadísticas oficiales de la balanza de pagos del país, y obtenía información sobre los tipos de servicios adquiridos por la población y a quién. Se enfrentaban a otros retos relacionados con la clasificación precisa de los comercios multiservicio, la distinción entre residentes y no residentes, la gestión de las adquisiciones de bienes o servicios realizadas a través de funciones de chat en línea (como WeChat o WhatsApp) y la ausencia de algunos nombres y códigos de comercios. En el futuro, los datos del sistema de comunicación de transacciones internacionales (es decir, los pagos a través de Swift) podrían utilizarse para obtener información adicional. Namibia deseaba compilar la plantilla sobre comercio digital el siguiente año.

40. El Salvador había accedido a los datos de instituciones financieras que operaban en el país relativos a las transacciones o compras en línea realizadas en el extranjero utilizando tarjetas emitidas en El Salvador y a las realizadas en El Salvador utilizando tarjetas emitidas

en el extranjero. Al recoger hasta 19 variables, el conjunto de datos (el año de referencia era 2021) contenía mucha información, pero aun así requería un importante esfuerzo de diligencia debida y una mayor labor de limpieza y normalización de datos por parte del Banco. Para agilizar esas tareas, el Banco había recurrido a un enfoque innovador, utilizando un script de Python cuyo objetivo era fusionar los distintos conjuntos de datos en una única base, llevar a cabo la limpieza de datos (por ejemplo, eliminando duplicados de una misma transacción) y estandarizar los nombres de las empresas¹⁷. Tras ese proceso, el Banco había utilizado un programa de visualización de datos para crear un panel interactivo que mostraba los datos en forma de estadísticas sobre comercio digital transfronterizo. Por ejemplo, el Banco podía mostrar el volumen y el valor de las transacciones de pedidos digitales, desglosar las transacciones por género del comprador o departamento geográfico, hacer un seguimiento de las tendencias de compra mensuales, identificar a los principales vendedores en línea y determinar los países en los que tenían su sede esos vendedores. El ejercicio había proporcionado información valiosa sobre el panorama del comercio electrónico en El Salvador y había puesto de relieve importantes lecciones en relación con las limitaciones de basarse únicamente en la información de las tarjetas de crédito y débito para medir el comercio digital transfronterizo. Por ejemplo, al analizar la información procedente de las plataformas de intermediarios digitales, el Banco tenía dificultades para determinar si las compras eran de bienes o de servicios, la parte del valor de la compra que retenían las plataformas en concepto de comisión y el lugar de residencia de los vendedores que participaban en las transacciones.

41. Tanto Namibia como El Salvador indicaron durante la sesión de preguntas y respuestas que tenían previsto publicar los resultados y conclusiones de esas estadísticas experimentales el siguiente año. El Banco de Namibia colaboraba estrechamente con la Oficina de Estadística de Namibia en cuanto a los datos de la balanza de pagos y las cuentas nacionales en el marco de un memorando de entendimiento muy útil para facilitar la colaboración en la medición del comercio digital. La OMC acogió con satisfacción el intercambio de esas experiencias y lecciones aprendidas y reconoció su valor dentro del Grupo de Trabajo, pero también como contribuciones a los talleres de fomento de la capacidad. Se esperaba que esa información sirviera, por ejemplo, para recursos como el manual sobre la medición del comercio digital. La secretaria de la UNCTAD deseaba que otros países se inspiraran en el trabajo de El Salvador y Namibia e intentaran realizar ejercicios similares, ya que aportaban ideas muy valiosas. El Presidente felicitó a ambos países y subrayó la importancia de la transparencia de las metodologías y la divulgación de las limitaciones que surgían. También destacó el gran valor de esa transparencia, ya que era tan importante como la información cualitativa y los resultados cuantitativos presentados. Las metodologías transparentes no solo reforzaban la credibilidad de los resultados, sino que también contribuían significativamente al proceso de aprendizaje colectivo en el contexto de la producción de datos estadísticos.

Tema 6

Fomento de la capacidad de medición del comercio electrónico y la economía digital

42. En la sesión se dieron a conocer las iniciativas de los países para el fomento de la capacidad de medición del comercio electrónico y la economía digital y se debatió acerca de la asistencia técnica y el apoyo al fomento de la capacidad que ofrecían la UNCTAD y otras organizaciones internacionales y las correspondientes prioridades de los países.

43. Al comenzar el debate de la sesión, una representante de la secretaria de la UNCTAD volvió a plantear temas pertinentes que se habían tratado antes en el Grupo de Trabajo, haciendo hincapié en su continua relevancia. Existía una necesidad continua y creciente de más apoyo de las organizaciones internacionales para actividades de fomento de la capacidad, así como de impulsar un mayor intercambio de buenas prácticas entre países y ampliar la

¹⁷ Python es un lenguaje de programación de uso general que se utiliza habitualmente en proyectos de inteligencia artificial y aprendizaje automático. Un script de Python contiene comandos que se ejecutan como un programa, puede automatizar tareas y analizar datos.

disponibilidad de recursos didácticos en varios idiomas. Además, los países habían solicitado orientaciones sobre la producción de datos desglosados por género en relación con la economía digital, el uso de metodologías innovadoras (no basadas en encuestas) y fuentes de datos (macrodatos, registros administrativos), la medición del valor del comercio electrónico y la medición del comercio digital. Estos dos últimos aspectos habían empezado a abordarse a través del grupo de tareas sobre la medición del valor del comercio electrónico y de talleres relacionados con el manual, pero se podían desarrollar más iniciativas y herramientas de fomento de la capacidad. Las publicaciones metodológicas y las notas técnicas de la UNCTAD estaban disponibles gratuitamente en línea, pero otras actividades de asistencia técnica y fomento de la capacidad se organizaban en función de la demanda de los países. Por ello, la secretaría alentó a los expertos a que presentaran solicitudes formales de capacitación, que servirían también para justificar la financiación de esa asistencia técnica ante la comunidad de donantes.

44. Representantes de la Oficina Central de Estadística de Palestina presentaron a distancia la experiencia de su país en la realización de una encuesta sobre las TIC en las empresas en 2021¹⁸. La encuesta tenía como objetivo proporcionar una base fáctica para las políticas digitales, permitir comparaciones con otros países de la región y ofrecer un contexto para las oportunidades de inversión en tecnología. La encuesta había contado con la asistencia experta de la Asociación Europea de Libre Comercio y se había basado en el manual de la UNCTAD (e incorporaba las observaciones de la UNCTAD sobre el cuestionario). También se había participado en consultas regionales con la Comisión Económica y Social para Asia Occidental con el fin de desarrollar la metodología y las herramientas de la encuesta. La Oficina Central de Estadística de Palestina había podido elaborar indicadores comparables a escala internacional sobre el uso de las TIC por parte de las empresas y había extraído valiosas lecciones para futuras encuestas. A la hora de planificar una encuesta de ese tipo, era crucial contar con una evaluación de las necesidades nacionales y una hoja de ruta para el desarrollo y la aplicación de la encuesta, así como con un conjunto de herramientas de formación para los encuestadores.

45. Un representante del Instituto Nacional de Estadística del Camerún compartió la experiencia de su país en la realización de una encuesta nacional sobre el acceso a las TIC y su uso en 2022. La justificación política de la encuesta correspondía a un futuro programa para potenciar el desarrollo de las TIC en África Central financiado por la Unión Europea y coordinado por la Escuela Nacional Superior de Ingeniería de Yaundé. La encuesta era poco habitual, ya que pretendía abarcar tres tipos distintos de usuarios: hogares (e individuos), empresas (sector formal) y administración pública. La iniciativa se basaba en los recursos y materiales de capacitación proporcionados por los miembros de la Asociación para la Medición de las TIC para el Desarrollo, en particular en los manuales de la UIT, la UNCTAD y la Comisión Económica para África. La encuesta había generado valores de referencia para los indicadores básicos sobre el acceso a las TIC y su uso, también por parte de las empresas, y el Instituto Nacional de Estadística había concluido que debía desarrollar un programa estadístico periódico de recopilación de datos sobre las TIC para mejorar la medición de la economía digital en el futuro. El ejercicio debía reproducirse en otros países de la región (el Chad, el Gabón, la República Centroafricana y la República Democrática del Congo).

46. Durante el debate, la representante de la OMC señaló que los talleres conjuntos de fomento de la capacidad se centraban en el manual sobre la medición del comercio digital, que se había presentado en julio de 2023. Se estaban preparando algunos talleres (uno en el Caribe y otro en África) en colaboración con organizaciones regionales, y se podían organizar más en función de la demanda. El Instituto de Formación y Cooperación Técnica de la OMC había encuestado a los países beneficiarios, que habían indicado que el comercio electrónico era uno de los principales intereses para la asistencia técnica en todas las regiones, y que la colaboración entre organismos era esencial. Los expertos del Brasil subrayaron la importancia de disponer de material metodológico en varios idiomas.

47. Los expertos insistieron en la necesidad de establecer una hoja de ruta para la producción de estadísticas sobre comercio electrónico y economía digital, incorporando

¹⁸ Metodología disponible en <https://www.pcbs.gov.ps/PCBS-Metadata-en-v5.2/index.php/catalog/720> y principales conclusiones disponibles en <https://www.pcbs.gov.ps/Downloads/book2632.pdf>.

orientaciones metodológicas de organizaciones internacionales. Otros destacaron la importancia de crear un conjunto de herramientas de formación o impartir formación (tal vez a través de seminarios web) sobre cuestiones metodológicas específicas (como la forma de abordar los bajos índices de respuesta, la formulación de supuestos normalizados, las definiciones de comercio electrónico y las tácticas para integrar datos de distintas fuentes) o sobre cuestiones específicas de las estadísticas elaboradas por los Bancos Centrales. Otro delegado sugirió de nuevo la creación de un portal de intercambio de conocimientos en línea. También se pidió más capacitación regional acerca de los indicadores básicos de la economía digital en distintos idiomas.

48. La secretaría de la UNCTAD celebró que los Estados miembros utilizaran sus recursos metodológicos, aunque subrayó la importancia de que las organizaciones internacionales complementaran esos recursos con sesiones prácticas de capacitación. Eurostat también destacó que sus manuales para compiladores, sus modelos de cuestionarios y sus normas de validación podían ser útiles para países no europeos y estaban disponibles gratuitamente en línea. Por su parte, la Oficina de Estadística del Canadá se mostró muy dispuesta a compartir su experiencia y metodología e invitó a los expertos a que la contactaran si estaban interesados.

49. Las experiencias del Camerún y el Estado de Palestina demostraban que el éxito de las encuestas empresariales sobre las TIC requería un trabajo en equipo para desarrollar la correspondiente capacidad. Se podían aprovechar las organizaciones regionales para facilitar el contacto entre las organizaciones internacionales y las oficinas nacionales de estadística.

Tema 7

Temas para su futuro examen por el Grupo de Trabajo

50. De conformidad con su mandato, el Grupo de Trabajo debatió sobre los posibles temas que se podían examinar en futuras reuniones y que se someterían a la consideración del Grupo Intergubernamental de Expertos en Comercio Electrónico y Economía Digital en su séptimo período de sesiones. El Grupo Intergubernamental de Expertos decidiría cuáles serían los temas del programa provisional de la quinta reunión del Grupo de Trabajo, que se celebraría a finales de 2024.

51. A lo largo de la reunión del Grupo de Trabajo, quedó claro que todos los temas del programa merecían seguir debatiéndose, pero el tiempo disponible era limitado. Así pues, se sugirió que el Grupo de Trabajo mantuviera los mismos temas del programa para su próxima reunión, a saber: a) progresos realizados en la medición del comercio electrónico y la economía digital por las organizaciones internacionales competentes; b) medición del valor del comercio electrónico; c) medición del comercio electrónico y la economía digital sobre la base de fuentes de datos distintas de las encuestas; y d) fomento de la capacidad de medición del comercio electrónico y la economía digital.

Tema 8

Aprobación del resumen de la Presidencia

52. El Grupo de Trabajo acordó que, una vez finalizada la reunión, se elaboraría un resumen de la Presidencia que reflejaría las principales cuestiones debatidas. El Grupo de Trabajo autorizó al Presidente y a la Vicepresidenta-Relatora a finalizar el resumen. El resumen de la Presidencia se compartiría en el séptimo período de sesiones del Grupo Intergubernamental de Expertos en Comercio Electrónico y Economía Digital, que se celebraría del 6 al 8 de mayo de 2024.

Conclusión

53. En relación con los temas de fondo del programa, el Grupo de Trabajo transmitió las siguientes conclusiones y recomendaciones al Grupo Intergubernamental de Expertos:

Progresos realizados en la medición del comercio electrónico y la economía digital

a) Recomendó que la UNCTAD prosiguiera sus esfuerzos por mejorar progresivamente la medición del comercio electrónico y la economía digital colaborando con otras organizaciones internacionales y oficinas nacionales de estadística en futuras reuniones del Grupo de Trabajo.

Medición del valor del comercio electrónico

b) Pidió a la UNCTAD que siguiera coordinando la labor del equipo de tareas sobre la medición del valor del comercio electrónico para compartir experiencias nacionales, así como para formular normas de medición y directrices estadísticas que pudieran utilizar los países en desarrollo al medir el valor del comercio electrónico, y que informara sobre los progresos realizados en la quinta reunión del Grupo de Trabajo.

Medición del comercio electrónico y la economía digital sobre la base de fuentes de datos distintas de las encuestas

c) Alentó a las oficinas nacionales de estadística de los países en desarrollo a que estudiaran la posibilidad de emplear los cuadros digitales de oferta y utilización y compartieran los resultados con el Grupo de Trabajo.

d) Recomendó seguir presentando experiencias y enfoques sobre el uso de fuentes de datos distintas de las encuestas para las estadísticas oficiales en los debates del Grupo de Trabajo con el objetivo de difundir los recursos didácticos pertinentes entre los estadísticos de los países en desarrollo para ayudarlos a mejorar la medición del comercio electrónico y la economía digital.

Fomento de la capacidad de medición del comercio electrónico y la economía digital

e) Solicitó a la comunidad de donantes que aumentara el apoyo al desarrollo metodológico, el fomento de la capacidad, la formación y la asistencia técnica en materia de estadísticas sobre comercio electrónico y economía digital, que eran necesarias para contribuir a la formulación de políticas.

f) Pidió a la UNCTAD que creara un repositorio en línea de prácticas y otros recursos estadísticos, que incluyera una hoja de ruta para la producción de estadísticas sobre economía digital a la que pudieran acceder todos los países y que apoyara la formación, el fomento de la capacidad y el intercambio de conocimientos.

54. Sobre la base de los debates de la cuarta reunión del Grupo de Trabajo, el Grupo Intergubernamental de Expertos en Comercio Electrónico y Economía Digital podía solicitar que el Grupo de Trabajo siga examinando los siguientes temas del programa en su próxima reunión:

- Progresos realizados en la medición del comercio electrónico y la economía digital por las organizaciones internacionales competentes (tema permanente del programa).
- Medición del valor del comercio electrónico.
- Medición del comercio electrónico y la economía digital sobre la base de fuentes de datos distintas de las encuestas.
- Fomento de la capacidad de medición del comercio electrónico y la economía digital.

55. Para concluir, el Presidente instó a todas las partes interesadas a que participaran activamente en iniciativas de medición que impulsaran la formulación de políticas con base empírica dentro de la economía digital. La colaboración era vital para orientar la toma de decisiones y desarrollar estrategias nacionales. La participación proactiva de las partes interesadas era esencial para garantizar el desarrollo de políticas eficaces que promovieran el crecimiento y la innovación en la economía digital.

Anexo I

Lista de participantes en la cuarta reunión del Grupo de Trabajo sobre la Medición del Comercio Electrónico y la Economía Digital

1. Asistieron a la reunión 172 participantes aprobados e inscritos, el 55 % de los cuales eran mujeres.

2. Asistieron participantes de los siguientes Estados miembros de la UNCTAD:

Angola	Italia
Arabia Saudita	Kenya
Argelia	Luxemburgo
Bahamas	Malasia
Belarús	Malawi
Bélgica	Marruecos
Botswana	México
Brasil	Namibia
Brunei Darussalam	Nicaragua
Camboya	Níger
Camerún	Nigeria
Canadá	Omán
China	Panamá
Colombia	Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte
Costa Rica	República Centroafricana
Cuba	República Dominicana
Egipto	Singapur
El Salvador	Sri Lanka
Emiratos Árabes Unidos	Sudáfrica
España	Suiza
Estado de Palestina	Tailandia
Estados Unidos de América	Türkiye
Federación de Rusia	Venezuela (República Bolivariana de)
Francia	Viet Nam
Georgia	Zimbabwe
Indonesia	

3. Asistieron a la reunión participantes de las siguientes organizaciones internacionales:

Comisión Económica para Europa de las Naciones Unidas
 Comisión Económica y Social para Asia y el Pacífico de las Naciones Unidas
 Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
 Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas
 Fondo de las Naciones Unidas para el Desarrollo de la Capitalización
 Fondo Monetario Internacional
 Grupo Banco Mundial
 Oficina Estadística de la Comisión Europea
 Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos
 Organización Internacional del Trabajo
 Organización Mundial del Comercio
 Unión Internacional de Telecomunicaciones
 Unión Postal Universal

4. Entre los representantes de la sociedad civil y el sector privado figuraban los siguientes:

Data Economy Policy Hub
 DevStat Servicios de Consultoría Estadística
 Geneva Graduate Institute

International Bar Association
International Network for Standardization of Higher Education Degrees
Liquid Intelligent Technologies
Tony Blair Institute
Universidad de La Habana
Universidad Johns Hopkins

Anexo II

Lista de recursos mencionados en la cuarta reunión del Grupo de Trabajo

Los 6 documentos sustantivos y las 21 presentaciones de organizaciones internacionales y expertos nacionales están disponibles en la página web de la reunión: <https://unctad.org/es/meeting/grupo-de-trabajo-sobre-la-medicion-del-comercio-electronico-y-la-economia-digital-cuarta>.

Otros recursos a los que se hizo referencia durante la reunión:

Brasil, Panel sobre los volúmenes de transacciones digitales: <https://www.gov.br/mdic/pt-br/assuntos/observatorio-do-comercio-eletronico> (disponible solo en portugués).

Canadá, Encuesta sobre el uso de Internet en el país, metodología y cuestionario: <https://www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV.pl?Function=getSurvey&SDDS=4432>.

Canadá, Encuesta sobre el uso de Internet y la tecnología digital, metodología y cuestionario: <https://www23.statcan.gc.ca/imdb/p2SV.pl?Function=getSurvey&SDDS=4225>.

Eurostat, Encuesta de sobre el uso de las TIC en las empresas, manuales metodológicos y modelos de cuestionarios: <https://ec.europa.eu/eurostat/web/digital-economy-and-society/publications>.

Fondo Monetario Internacional, Encuesta sobre el acceso financiero, directrices, manual y cuestionario: <https://data.imf.org/?sk=e5dcab7e-a5ca-4892-a6ea-598b5463a34c>.

OCDE, Assessing national digital strategies and their governance (abarca el indicador de exhaustividad de la estrategia digital nacional): <https://www.oecd.org/publications/assessing-national-digital-strategies-and-their-governance-baffceca-en.htm>.

OCDE, Conjunto de herramientas para la transición digital (Going Digital Toolkit): <https://goingdigital.oecd.org/>.

OCDE, Going Digital Integrated Policy Framework: https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/going-digital-integrated-policy-framework_dc930adc-en.

OCDE, The OECD Going Digital Measurement Roadmap: <https://www.oecd.org/digital/the-oecd-going-digital-measurement-roadmap-bd10100f-en.htm>.

UIT, Academia de la UIT (véanse los cursos sobre macrodatos y estadística): <https://academy.itu.int/>.

UIT, Centro de datos de la UIT (indicadores y estadísticas): <https://datahub.itu.int/>.

UIT, Página de datos estadísticos sobre las TIC (enlaces a grupos de expertos, documentos metodológicos, Asociación para la Medición de las TIC para el Desarrollo): <https://www.itu.int/itu-d/sites/statistics/es/>.

UNCTAD, Sistema de información estadística sobre el comercio de servicios: <https://unctad.org/programme/trade-services-statistics-information-system-tisstat>.

Anexo III

Lista de organizaciones participantes en el grupo de tareas sobre la medición del valor del comercio electrónico en diciembre de 2023

1. Agencia de Desarrollo de las Transacciones Electrónicas (ETDA) de Tailandia
 2. Banco de Jamaica
 3. Centro Regional de Estudios para el Desarrollo de la Sociedad de la Información del Brasil (CETIC.br); Centro de Información sobre Red del Brasil (NIC.br)
 4. Departamento de Estadística de Malasia
 5. Departamento de Estadística de Singapur (SingStat)
 6. División de Estadística de las Naciones Unidas
 7. Eurostat
 8. Instituto de Estadística de Indonesia (Badan Pusat Statistik, BPS)
 9. Instituto de Estadística de Türkiye (TurkStat)
 10. Instituto Nacional de Estadística y Estudios Económicos (INSEE) de Francia
 11. Instituto Nacional de Estadística y Geografía de México (INEGI)
 12. Ministerio de Industria y Comercio de Zimbabwe
 13. Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Egipto
 14. Oficina Central de Estadística de Hungría
 15. Oficina de Estadística de Austria
 16. Oficina de Estadística de Finlandia
 17. Oficina de Estadística de la República de Eslovenia
 18. Oficina de Estadística de Polonia
 19. Oficina de Estadística del Canadá
 20. Oficina Nacional de Estadística de China
 21. Oficina Nacional de Estadística de Corea (KOSTAT)
 22. Oficina Nacional de Estadística de Malta
 23. Oficina Nacional de Estadística del Reino Unido
 24. Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos
 25. Organización Mundial del Comercio
 26. UNCTAD
 27. Unión Internacional de Telecomunicaciones
-