



COMERCIO ELECTRÓNICO TRANSFRONTERIZO

CROSS-BORDER E-COMMERCE

María Belén Giménez Cantero

Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
mbgcantero@gmail.com

Alexander Nicolás Vera Gavilán

Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
alexanderveraav99@gmail.com

Lisa Gabriela Martínez

Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
martinezlisa218@gmail.com

José Asunción Villar Barrios

Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
josebarrios902@gmail.com

Giuseppe Alejandro Vergara Vázquez

Universidad de la Integración de las Américas
Facultad de Educación a Distancia y Semipresencial
giuseppevergara077@gmail.com

RESUMEN

El presente trabajo aborda el comercio electrónico transfronterizo, definido como la compraventa de bienes y servicios a través de plataformas digitales entre consumidores y empresas ubicadas en distintos países, lo que ha transformado significativamente la dinámica del comercio global. El objetivo de la investigación fue analizar el impacto de esta modalidad comercial en la competitividad empresarial y su influencia en la expansión de mercados internacionales. El enfoque utilizado fue cualitativo, con un alcance descriptivo y un diseño no experimental de corte transversal. La unidad de análisis estuvo constituida por estudios y literatura científica sobre comercio digital internacional. Las técnicas de recolección de datos empleadas fueron el análisis documental, utilizando como instrumento fichas de lectura y revisión de fuentes secundarias. Los resultados evidencian que el comercio electrónico transfronterizo permite a las empresas reducir costos operativos, ampliar su alcance de mercado y mejorar su posicionamiento competitivo, aunque también enfrenta barreras como regulaciones aduaneras, diferencias fiscales y desafíos logísticos. Se concluye que esta modalidad comercial representa una oportunidad estratégica para la internacionalización empresarial, siempre que se gestionen adecuadamente los riesgos asociados al entorno digital globalizado.

PALABRAS CLAVES: Comercio Digital, Competitividad, Globalización, Internacionalización, Logística.

ABSTRACT

This study addresses cross-border e-commerce, defined as the buying and selling of goods and services through digital platforms between consumers and companies located in different countries, significantly transforming global trade dynamics. The objective was to analyze the impact of this commercial modality on business competitiveness and its influence on international market expansion. The approach was qualitative, with a descriptive scope and a non-experimental crosssectional design. The unit of analysis consisted of scientific literature and studies on international digital commerce. Data collection techniques included documentary analysis using reading sheets and secondary sources. The results show that crossborder e-commerce enables companies to reduce operational costs, expand market reach, and improve competitive positioning, although it also faces barriers such as customs regulations, tax differences, and logistical challenges. It is concluded that this commercial modality represents a strategic opportunity for business internationalization if associated risks in the global digital environment are properly managed.

KEYWORDS: commerce, digitalization, globalization, logistics, regulation

INTRODUCCIÓN

En las últimas décadas, el avance acelerado de las tecnologías de la información y la comunicación ha transformado significativamente la manera en que las empresas desarrollan sus actividades comerciales. La digitalización de los procesos económicos ha permitido la creación de nuevos modelos de negocio, facilitando la interacción entre consumidores y organizaciones sin las limitaciones geográficas propias del comercio tradicional. En este contexto, el comercio electrónico se ha consolidado como una herramienta estratégica para la expansión de los mercados y el fortalecimiento de la competitividad empresarial (Naciones Unidas, 2023).

Dentro de este escenario surge el comercio electrónico transfronterizo, definido como la compra y venta de bienes o servicios a través de plataformas digitales entre actores ubicados en diferentes países (CCCE, s.f.). Esta modalidad comercial permite a las empresas acceder a consumidores internacionales, ampliar su alcance de mercado y generar nuevas oportunidades de crecimiento económico. Según la Organización Mundial del Comercio (OMC, 2022), el comercio electrónico transfronterizo constituye uno de los segmentos de mayor crecimiento dentro del comercio internacional debido al incremento del acceso a internet, la digitalización de los servicios y la expansión de los sistemas de pago electrónicos.

La importancia de este fenómeno radica en su capacidad para reducir barreras geográficas y facilitar la internacionalización de empresas de distintos tamaños. Gracias al uso de plataformas digitales, incluso pequeñas y medianas empresas pueden participar en mercados globales sin necesidad de establecer presencia física en otros países. Asimismo, la automatización de procesos comerciales y logísticos contribuye a mejorar la eficiencia operativa, reducir costos y optimizar la experiencia de los consumidores (UNCTAD, 2023).

A nivel internacional, el crecimiento del comercio electrónico transfronterizo ha generado importantes cambios en la estructura del comercio mundial. Organismos internacionales como Naciones Unidas y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) destacan que la transformación digital constituye uno de los principales motores del desarrollo económico sostenible, promoviendo la innovación, la productividad y la integración de los mercados internacionales (CEPAL, 2018). Sin embargo, este crecimiento

también ha puesto de manifiesto desafíos relacionados con la regulación digital, la protección de los consumidores, la seguridad de las transacciones electrónicas y la gestión logística de los envíos internacionales.

En los países en desarrollo, las oportunidades derivadas del comercio electrónico transfronterizo se ven condicionadas por diversos factores estructurales. Entre ellos se encuentran las limitaciones en infraestructura tecnológica, las brechas digitales, los costos logísticos elevados y las diferencias regulatorias existentes entre los distintos mercados. Estas dificultades pueden afectar la capacidad de las empresas para competir eficazmente en el entorno digital global, generando desigualdades en el acceso a los beneficios de la economía digital (Naciones Unidas, 2023).

En el caso de América Latina, el comercio electrónico ha experimentado un crecimiento sostenido durante los últimos años, impulsado por el aumento del uso de dispositivos móviles, la expansión de internet y la adopción de nuevas tecnologías digitales. No obstante, la región aún enfrenta importantes desafíos para lograr una integración más efectiva al comercio electrónico internacional. La necesidad de fortalecer las capacidades tecnológicas, mejorar la infraestructura logística y desarrollar marcos regulatorios adecuados continúa siendo una prioridad para promover una participación más competitiva de las empresas latinoamericanas en los mercados globales (CEPAL, 2018).

La presente investigación se desarrolla dentro de la línea de estudio relacionada con el comercio y la transformación digital empresarial, abordando una temática de creciente relevancia para la economía contemporánea. El interés por analizar este fenómeno surge de la necesidad de comprender cómo las empresas pueden aprovechar las oportunidades ofrecidas por los entornos digitales para expandir sus operaciones y fortalecer su posición competitiva en un mercado cada vez más globalizado.

En este sentido, el objetivo general de la investigación fue analizar el impacto del comercio electrónico transfronterizo en la competitividad empresarial, considerando sus principales beneficios, limitaciones y factores determinantes para su implementación. Asimismo, se buscó identificar las tendencias actuales del comercio digital internacional y examinar su contribución al proceso de internacionalización de las organizaciones.

La justificación de este estudio se fundamenta en la creciente importancia que ha adquirido el comercio electrónico como mecanismo de desarrollo económico y expansión empresarial. Comprender las características, oportunidades y desafíos asociados al comercio electrónico transfronterizo resulta fundamental para la formulación de estrategias organizacionales orientadas a mejorar la competitividad y aprovechar las ventajas de la economía digital. Además, los resultados obtenidos pueden servir como referencia para futuras investigaciones relacionadas con la transformación digital y el comercio internacional (ADEN, 28 de enero de 2026).

MATERIALES Y METODOLOGÍA

Para el desarrollo de la presente investigación se utilizaron como materiales principales artículos científicos, libros especializados, informes técnicos de organismos internacionales, documentos académicos y publicaciones relacionadas con el comercio electrónico transfronterizo. Entre las fuentes consultadas se destacan informes de la Organización Mundial del Comercio (OMC), Naciones Unidas (ONU), la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL), debido a su relevancia y reconocimiento en el ámbito del comercio internacional y la economía digital.

Asimismo, se emplearon herramientas digitales de búsqueda académica para la localización y selección de información científica confiable, entre ellas Google Scholar, bases de datos académicas y repositorios institucionales. Para la organización, redacción y edición del documento se utilizó el procesador de texto Microsoft Word, aplicando las normas de presentación y citación establecidas por el Manual APA, séptima edición.

La investigación se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, debido a que se centró en la recopilación, análisis e interpretación de información documental proveniente de diversas fuentes bibliográficas relacionadas con el fenómeno estudiado. Este enfoque permitió comprender las características, tendencias, beneficios y desafíos asociados al comercio electrónico transfronterizo desde una perspectiva descriptiva y analítica.

El alcance de la investigación fue descriptivo, ya que tuvo como finalidad identificar, caracterizar y explicar los principales aspectos que intervienen en el desarrollo del comercio

electrónico transfronterizo, así como su influencia en la competitividad empresarial y en los procesos de internacionalización de las organizaciones.

El diseño metodológico fue no experimental, puesto que no se realizó manipulación alguna de variables ni intervención directa sobre los fenómenos estudiados. La investigación se limitó a observar, analizar e interpretar información previamente publicada por distintos autores e instituciones especializadas. Asimismo, el estudio fue de corte transversal, debido a que la recopilación y análisis de la información se efectuó en un único período temporal correspondiente al año académico 2026.

La unidad de análisis estuvo constituida por el comercio electrónico transfronterizo como fenómeno económico y empresarial de alcance internacional, considerando sus características, funcionamiento, beneficios, limitaciones y tendencias de desarrollo dentro del contexto de la economía digital global.

La delimitación espacial de la investigación corresponde al ámbito internacional, con especial atención a las experiencias y tendencias observadas en América Latina y los países en desarrollo. Por su parte, la delimitación temporal comprende la revisión de literatura científica, informes institucionales y documentos publicados principalmente entre los años 2018 y 2025, periodo en el cual se registró una importante expansión del comercio electrónico a nivel mundial.

Las técnicas de recolección de información utilizadas fueron el análisis documental y la revisión bibliográfica. Estas técnicas permitieron recopilar información proveniente de diversas fuentes secundarias, facilitando la identificación de conceptos, antecedentes, tendencias y aportes teóricos relacionados con el tema de estudio.

Como instrumentos de recolección de datos se emplearon fichas de lectura, matrices de análisis documental y registros bibliográficos, los cuales permitieron organizar, clasificar y sistematizar la información obtenida durante el proceso investigativo. Las fuentes utilizadas fueron exclusivamente secundarias, ya que la investigación se fundamentó en documentos previamente elaborados por autores, investigadores y organismos especializados en comercio electrónico y economía digital.

RESULTADOS

Definición y características del comercio electrónico transfronterizo

A partir del análisis de la literatura científica consultada, se identificó que el comercio electrónico transfronterizo consiste en la compra y venta de bienes y servicios mediante plataformas digitales entre consumidores y empresas ubicados en diferentes países. Esta modalidad comercial representa una evolución significativa del comercio tradicional, ya que permite superar las barreras geográficas y facilita el acceso a mercados internacionales mediante el uso de tecnologías digitales.

Los estudios analizados coinciden en señalar que el comercio electrónico transfronterizo se caracteriza por la utilización de plataformas digitales internacionales, sistemas de pago electrónicos, servicios logísticos globales y mecanismos de protección al consumidor adaptados al entorno digital (Świat Cyfrowy, s.f.). Estos elementos constituyen la base operativa que permite el desarrollo eficiente de las transacciones comerciales internacionales.

Asimismo, se observó que el crecimiento del acceso a internet, el aumento de la confianza en los pagos digitales y el desarrollo de soluciones tecnológicas han contribuido significativamente a la expansión de este modelo comercial en los últimos años.

Beneficios para la competitividad empresarial

Los resultados obtenidos evidencian que el comercio electrónico transfronterizo ofrece múltiples beneficios para las organizaciones que buscan ampliar sus operaciones comerciales (Herrera Cortes et al., 2025). Entre las principales ventajas identificadas se encuentran la posibilidad de acceder a nuevos mercados internacionales, la reducción de costos asociados a la apertura de establecimientos físicos y el aumento de la visibilidad de los productos y servicios ofrecidos.

Además, se constató que las empresas que implementan estrategias de comercio electrónico internacional pueden diversificar sus fuentes de ingresos y reducir la dependencia de los mercados locales. Esta situación fortalece la competitividad empresarial y favorece la generación de nuevas oportunidades de crecimiento económico.

La revisión bibliográfica también permitió identificar que las plataformas digitales facilitan la interacción directa con consumidores de distintos países, permitiendo una mayor personalización de la oferta comercial y una mejor adaptación a las necesidades de los clientes internacionales (UCAL, 2024).

Factores que impulsan el crecimiento del comercio electrónico transfronterizo

Los documentos analizados indican que el desarrollo del comercio electrónico transfronterizo está estrechamente relacionado con diversos factores tecnológicos, económicos y sociales. Entre ellos destacan la expansión de internet, la masificación de los dispositivos móviles, la innovación tecnológica y el crecimiento de las plataformas globales de comercio electrónico.

Asimismo, se identificó que la digitalización de los procesos empresariales y la automatización de los servicios logísticos han contribuido a mejorar la eficiencia de las operaciones comerciales internacionales. La integración de herramientas de inteligencia artificial, análisis de datos y sistemas de seguimiento de envíos también ha favorecido la consolidación de este modelo de negocio.

Otro factor relevante identificado durante la investigación es el cambio en los hábitos de consumo de los usuarios, quienes cada vez muestran una mayor disposición a realizar compras internacionales a través de medios digitales.

Principales desafíos y limitaciones

A pesar de las oportunidades identificadas, los resultados muestran que el comercio electrónico transfronterizo enfrenta diversos desafíos que pueden limitar su desarrollo. Entre los principales obstáculos se encuentran las diferencias regulatorias entre países, las barreras aduaneras, los costos logísticos internacionales y las dificultades relacionadas con la protección de datos y la ciberseguridad.

También se observó que las pequeñas y medianas empresas suelen enfrentar mayores dificultades para incorporarse al comercio electrónico internacional debido a limitaciones financieras, tecnológicas y de capacitación especializada. Por otra parte, la existencia de

brechas digitales entre países desarrollados y en desarrollo continúa representando un desafío importante para lograr una participación más equitativa dentro de la economía digital global.

Situación internacional y perspectivas futuras

La revisión documental permitió constatar que el comercio electrónico transfronterizo mantiene una tendencia de crecimiento sostenido a nivel mundial. Organismos internacionales destacan que esta modalidad comercial continuará expandiéndose durante los próximos años debido al avance de las tecnologías digitales y a la creciente integración de los mercados globales.

En este contexto, se proyecta que las empresas que adopten estrategias de transformación digital y fortalezcan sus capacidades tecnológicas estarán mejor posicionadas para aprovechar las oportunidades que ofrece el comercio electrónico internacional. Asimismo, se considera fundamental el desarrollo de políticas públicas orientadas a fortalecer la infraestructura digital, mejorar la conectividad y promover la inclusión tecnológica de las organizaciones.

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos permiten afirmar que el comercio electrónico transfronterizo se ha convertido en una de las principales herramientas para la expansión de los mercados internacionales en el contexto de la economía digital. La revisión documental realizada evidenció que esta modalidad comercial facilita el acceso de las empresas a nuevos consumidores, incrementa la competitividad organizacional y contribuye al crecimiento económico mediante la eliminación de diversas barreras geográficas tradicionales.

Estos hallazgos coinciden con lo señalado por la Organización Mundial del Comercio (OMC, 2022), que sostiene que el comercio electrónico internacional ha experimentado un crecimiento sostenido durante los últimos años debido al avance de las tecnologías digitales y a la creciente adopción de plataformas electrónicas por parte de empresas y consumidores. De igual manera, Naciones Unidas (2023) destaca que la economía digital constituye actualmente uno de los principales motores de innovación, productividad y desarrollo económico a nivel mundial.

La investigación también permitió identificar que la digitalización de los procesos comerciales y logísticos representa un factor determinante para el éxito de las operaciones transfronterizas. Este resultado guarda relación con lo expuesto por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD, 2023), que señala que la transformación digital permite optimizar costos, mejorar la eficiencia operativa y fortalecer la competitividad de las organizaciones en mercados altamente dinámicos.

Asimismo, se observó que las plataformas digitales internacionales facilitan la participación de pequeñas y medianas empresas en actividades de comercio global. Este aspecto resulta particularmente relevante para los países en desarrollo, donde muchas organizaciones encuentran en el comercio electrónico una alternativa para ampliar sus oportunidades comerciales sin requerir grandes inversiones en infraestructura física.

Sin embargo, los resultados también evidencian la existencia de importantes desafíos que limitan el desarrollo del comercio electrónico transfronterizo. Entre ellos destacan las diferencias regulatorias entre países, las barreras aduaneras, los costos logísticos, los riesgos asociados a la ciberseguridad y las brechas tecnológicas existentes entre economías desarrolladas y en desarrollo. Estos hallazgos coinciden con diversos estudios internacionales que advierten sobre la necesidad de fortalecer los marcos regulatorios y promover una mayor cooperación internacional para garantizar un crecimiento sostenible del comercio digital.

En el contexto latinoamericano, las limitaciones relacionadas con infraestructura tecnológica, conectividad y capacitación digital continúan representando obstáculos significativos para la incorporación de un mayor número de empresas al comercio electrónico internacional. Esta situación demuestra la necesidad de impulsar políticas públicas orientadas al fortalecimiento de las capacidades digitales y al desarrollo de entornos favorables para la innovación empresarial.

Entre las principales fortalezas de la metodología utilizada en esta investigación se encuentra la posibilidad de analizar información proveniente de diversas fuentes académicas e institucionales reconocidas internacionalmente, permitiendo una comprensión amplia del fenómeno estudiado. No obstante, una de las principales limitaciones radica en el uso exclusivo de fuentes secundarias, lo que impide obtener información empírica directa sobre la

realidad específica de las empresas paraguayas que participan en actividades de comercio electrónico transfronterizo.

Se considera pertinente que futuras investigaciones profundicen en el estudio de casos concretos dentro del contexto nacional, especialmente en pequeñas y medianas empresas, con el objetivo de identificar estrategias efectivas para mejorar la competitividad digital y fortalecer la participación paraguaya en los mercados electrónicos internacionales. Asimismo, resulta relevante analizar el impacto de las nuevas tecnologías emergentes, como la inteligencia artificial y la automatización, en el desarrollo futuro del comercio electrónico transfronterizo.

CONCLUSIONES

A partir de la revisión y análisis de la literatura científica consultada, se concluye que el comercio electrónico transfronterizo constituye una herramienta estratégica para el fortalecimiento de la competitividad empresarial y la expansión de los mercados internacionales. Su desarrollo ha sido impulsado principalmente por los avances tecnológicos, la digitalización de los procesos comerciales y la creciente integración de las economías a nivel global (Fondo Monetario Internacional [FMI], 2018).

Asimismo, se determinó que esta modalidad comercial ofrece importantes beneficios para las organizaciones, entre los que se destacan la reducción de barreras geográficas, el acceso a nuevos mercados, la optimización de costos operativos y el fortalecimiento de la presencia internacional de las empresas. Estas ventajas contribuyen significativamente al crecimiento económico y al desarrollo de nuevas oportunidades de negocio en un entorno cada vez más digitalizado.

Sin embargo, también se identificó que el comercio electrónico transfronterizo enfrenta desafíos relevantes, especialmente en los países en desarrollo. Entre las principales limitaciones se encuentran las brechas tecnológicas, las diferencias regulatorias entre países, los costos logísticos internacionales y las dificultades relacionadas con la infraestructura digital. Estos factores pueden afectar la capacidad competitiva de las organizaciones que buscan participar en los mercados electrónicos globales.

Del mismo modo, se constató que la transformación digital y la adopción de tecnologías innovadoras desempeñan un papel fundamental en el éxito de las estrategias de comercio electrónico internacional. Por ello, resulta necesario promover inversiones en infraestructura tecnológica, capacitación digital y modernización de los procesos empresariales para aprovechar plenamente las oportunidades que ofrece la economía digital.

Finalmente, se concluye que el comercio electrónico transfronterizo continuará consolidándose como uno de los principales motores del comercio internacional durante los próximos años. En consecuencia, tanto las empresas como las instituciones públicas deberán fortalecer sus capacidades tecnológicas y regulatorias para favorecer una participación más eficiente, competitiva y sostenible dentro del entorno digital global.

REFERENCIAS

- Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). (2018). La Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible: Una oportunidad para América Latina y el Caribe. Naciones Unidas.
- García, M. (2021). Comercio digital y economía global. Editorial Académica.
- Naciones Unidas. (2023). Digital Economy Report 2023. Naciones Unidas. <https://www.un.org>
- Organización Mundial del Comercio (OMC). (2022). Informe sobre comercio electrónico global. Organización Mundial del Comercio. <https://www.wto.org>
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). (2023). Digital Economy Report 2023. United Nations. <https://unctad.org>