

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL COMERCIO

WT/GC/W/493
16 de abril de 2003

(03-2100)

Original: inglés

PROGRAMA DE TRABAJO SOBRE EL COMERCIO ELECTRÓNICO

Comunicación de los Estados Unidos

Se ha recibido de la Misión Permanente de los Estados Unidos la siguiente comunicación, de fecha 14 de abril de 2003, con el ruego de que se distribuya a los Miembros.

Los Estados Unidos facilitan la presente comunicación para los nuevos debates específicos del Programa de Trabajo a fin de contribuir a la elaboración de nuestro informe a los Ministros con vistas a la Quinta Conferencia Ministerial de Cancún.

I. INTRODUCCIÓN

1. Mientras los Miembros de la OMC trabajan conjuntamente para alcanzar los objetivos del Programa de Doha para el Desarrollo, no deberían ignorarse las posibilidades de que el comercio electrónico sea un motor del crecimiento económico. Un reciente informe sobre el comercio electrónico y los países en desarrollo llegó a la conclusión de que estos países deberían alentar el desarrollo del comercio electrónico a efectos de aprovechar plenamente sus posibilidades económicas.¹ El comercio electrónico permite que las empresas mejoren la eficiencia en todas las etapas de su proceso de producción y distribución.² De hecho, las innovaciones en el mercado y las mejoras en la eficiencia obtenidas mediante el comercio electrónico tienen el mayor efecto en los países donde los costos de coordinación y de transacción son más elevados. El comercio electrónico puede ser la clave para superar los obstáculos tradicionales, tales como el tiempo y la distancia física, existentes en las transacciones de empresa a empresa y de empresa a consumidor. Por ejemplo, el comercio electrónico puede permitir a nuevos participantes en el mercado (pertenecientes a todas las economías) crear oportunidades de exportación de servicios que no habrían sido posibles sin Internet.

2. Pero estos beneficios no existen sin una participación positiva y activa de los países al comprometerse a reformar y abrir el comercio. Por lo tanto, los Miembros de la OMC que deseen estimular su comercio electrónico aprovecharán estas ventajas reformando sus políticas en los sectores de las telecomunicaciones, los servicios financieros, la distribución y el suministro, lo que redundará en una mejora general del entorno del comercio y las inversiones. Además, las formalidades comerciales deberían ser transparentes y notificarse en su totalidad, y no deberían utilizarse como una restricción encubierta del comercio.

3. Las negociaciones de Doha ofrecen una excelente oportunidad para que todos los países interesados en aprovechar el potencial de desarrollo del comercio electrónico apliquen esta política de

¹ Informe sobre comercio electrónico y desarrollo, 2002. Primera parte. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.

² Informe sobre comercio electrónico y desarrollo, 2002. Primera parte. Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo.

reformas. Estos países no sólo se beneficiarán directamente en términos de estímulo del crecimiento económico y el desarrollo nacionales, sino que además, al aplicar las reformas conjuntamente con sus interlocutores comerciales, pueden obtener beneficios para sus exportaciones. El actual Programa de Trabajo de la OMC sobre el Comercio Electrónico proporciona un medio para alcanzar estos objetivos. Dado que el comercio electrónico es un tema polifacético que abarca muchas esferas de los acuerdos vigentes de la OMC, el Programa de Trabajo debería asumir la tarea de señalar de qué modo las negociaciones pertinentes en curso pueden estimular el avance del comercio electrónico. Colectivamente, nuestros esfuerzos deberían orientarse al logro de los siguientes objetivos a través del Programa de Doha para el Desarrollo:

- adherirse a un entorno comercial liberal y abierto mediante la aplicación de los acuerdos vigentes de la OMC al comercio electrónico, lo cual es importante para expandir el crecimiento y las oportunidades de todos los Miembros de la OMC;
- comprometerse con un mayor acceso a los mercados y el trato nacional en una amplia gama de sectores pertinentes de bienes y servicios, lo que promoverá el comercio de productos y servicios vía redes electrónicas;
- reconocer que, en los casos en que cuando los objetivos legítimos de política requieren reglamentos internos que afectan el comercio de productos y servicios vía redes electrónicas, dichos reglamentos deben ser transparentes y no discriminatorios, y no tener como finalidad la restricción del comercio;
- aceptar sobre la base del principio NMF el carácter permanente de la moratoria de la imposición de derechos de aduana a la transmisión electrónica como un modo de apoyar la continua expansión del comercio electrónico mundial; y,
- reconocer que los proyectos de asistencia técnica y creación de capacidad relacionados con el comercio electrónico están llamados a cumplir una función para acentuar la integración de las economías en transición en el marco de las normas de la OMC, y que la OMC debería trabajar en estrecha coordinación con otras instituciones internacionales para contribuir a desarrollar los requisitos en materia de infraestructura y de otra índole necesarios para que el comercio electrónico sea accesible.

4. El comercio electrónico abarca muchas esferas cubiertas por acuerdos vigentes de la OMC, por lo cual exige un enfoque amplio. Otros foros internacionales ya están examinando de esta manera el comercio electrónico. Por ejemplo, en octubre de 2002, una inmensa mayoría de dirigentes del Foro de Cooperación Económica de Asia y el Pacífico (APEC) convinieron en adoptar una serie de políticas comerciales para la economía digital, y pusieron de relieve objetivos generales fundamentales en esta esfera, similares a los que se exponen más arriba³. A fin de que la OMC se mantenga al ritmo de las tecnologías en constante evolución y de los adelantos internacionales, los Miembros deberían respaldar objetivos generales en materia de comercio electrónico que sean aplicables a todos los grupos de negociación.

³ Véase la Declaración de los dirigentes económicos del APEC, Los Cabos, México, 27 de octubre de 2002, específicamente, *Declaración de los dirigentes sobre la aplicación de las políticas del APEC en materia de comercio y economía digital*. Entre las economías del APEC que apoyan la Declaración se incluyen Brunei Darussalam; Corea; Estados Unidos; Filipinas; Hong Kong, China; Indonesia; Japón; Malasia; México; Nueva Zelandia; Papua Nueva Guinea; Perú; Singapur; Tailandia; Taipei Chino y Viet Nam.

II. OBJETIVOS

A. ENTORNO COMERCIAL LIBERAL Y ABIERTO

5. En un entorno económico mundial cada vez más conectado mediante el desarrollo de redes electrónicas, contraer compromisos y hacer concesiones en el foro multilateral de comercio respecto de esferas de importancia crítica para el comercio digital proporcionan la estabilidad y la previsibilidad necesarias para lograr el crecimiento económico. Aprovechar las negociaciones del Programa de Doha para el Desarrollo permitirá a los Miembros de la OMC participar activamente en la creación de un entorno para el comercio electrónico que los beneficie a todos. Este entorno comercial beneficia a los que contraen compromisos y hacen concesiones al señalar al resto de los Miembros que ellos apoyan el comercio electrónico y están abiertos a su continuo desarrollo tanto local como mundialmente. Y aquellos que contraen compromisos y hacen concesiones obtienen los beneficios resultantes de que los demás adopten una acción similar de apertura de mercados, porque al aumentar la eficiencia comercial, las economías crecen y se acentúa el desarrollo. En la esfera del comercio electrónico, estos beneficios incluyen, entre otros, la difusión de tecnología, el aprendizaje a distancia y la participación en una plataforma de alcance mundial para el comercio y la innovación.

6. Cada vez más, las empresas de todo el mundo desarrollan productos y servicios que se basan en redes para su producción y suministro. Indudablemente, una red de telecomunicaciones bien desarrollada es esencial para esas empresas, como lo son otros importantes sectores de servicios, incluidos los servicios de informática y servicios conexos, consultores en administración, distribución, reparto urgente, publicidad, y determinados servicios financieros⁴. Por lo tanto, los Estados Unidos apoyan el aumento de los compromisos en materia de acceso a los mercados y la plena liberalización de estas esferas, con limitaciones mínimas. Pero no basta con firmes compromisos en materia de servicios. También es importante disminuir los aranceles sobre los productos esenciales de la tecnología de la información (el equipo para el desarrollo de redes), como lo son las sólidas protecciones de los derechos de propiedad intelectual para los productos suministrados a través de Internet. Esta liberalización beneficiará a todos los Miembros de la OMC. En verdad, el "efecto multiplicador" de crear una red verdaderamente mundial genera una situación sin perdedores: cuanto mayor es el número de personas conectadas electrónicamente y más gente utiliza estas redes, más valiosas se tornan esas redes, y más sólido puede ser el comercio en la era digital. Esto creará oportunidades para las pequeñas y grandes empresas de las economías en todos los niveles de desarrollo.

7. Sin embargo, todavía quedan algunas preguntas relativas a la categoría de productos que pueden ser digitalizados y suministrados electrónicamente y al modo de tratar tales productos con fines comerciales. Se han señalado los programas informáticos como un buen ejemplo de un caso en que la intersección entre la categoría de bienes y la de servicios ha pasado a ser cada vez más borrosa. Antes, estos tipos de productos simplemente cruzaban las fronteras físicas incorporados en un medio de transporte, y si bien se han desarrollado nuevos medios de suministro, la característica básica del producto no se ha modificado. Hoy en día, estos productos pueden fluir armoniosamente a través de las redes mundiales y pueden mantenerse permanentemente en la computadora de un usuario final, y conservar aún su función básica como si se enviaran en forma física. Así pues, los medios de suministro de tales productos pueden cambiar pero las características funcionales de los productos que pueden descargarse no cambian por una nueva diferencia en el suministro.⁵ Las normas o los

⁴ Véase, por ejemplo, *El acceso a los mercados en los servicios de telecomunicaciones y complementarios: el papel de la OMC en la aceleración del desarrollo de una economía mundialmente interconectada*. Propuesta de los Estados Unidos, diciembre de 2000, (S/CSS/W/30).

⁵ Venezuela formuló una observación similar en su comunicación al Programa de Trabajo de julio de 2001 (JOB(01)/120).

compromisos comerciales no deberían prejuzgar qué modelo es óptimo para el desarrollo o el suministro de estos productos. Por lo tanto, no debería centrarse la atención en el modo de clasificar estos productos, sino más bien en el modo de *tratarlos* a efectos comerciales con el objetivo de aplicarles el trato más liberal con independencia de cómo se clasifiquen.

8. El documento más reciente presentado sobre esta cuestión es el documento no oficial del Canadá sobre los programas de informática que se suministran de forma electrónica⁶, así como una Nota de antecedentes de la Secretaría.⁷ Estos documentos son resúmenes útiles de los problemas a que se enfrentan los Miembros de la OMC con respecto de la cuestión de la clasificación. El Canadá describe con precisión algunas de las consideraciones fundamentales de los productores de determinados productos digitales (programas informáticos): 1) asegurar que se aplique el método más eficiente de suministro de productos; 2) velar por que los productos suministrados electrónicamente reciban un tratamiento que no sea más restrictivo que el que se aplica a los mismos productos suministrados en un soporte físico; 3) mantener el carácter liberal del entorno comercial en que actualmente operan; y 4) velar por que continúen la liberalización del comercio, la expansión del comercio electrónico y la transparencia y previsibilidad independientemente del medio de suministro.⁸

9. Dada la rápida evolución de los modelos comerciales, es importante que los Miembros de la OMC eviten crear obstáculos al desarrollo del comercio electrónico. En vista de la naturaleza intrínsecamente flexible del comercio en el mundo digital, las normas comerciales multilaterales deberían seguir garantizando el comercio libre y abierto en esta esfera. En verdad, el desarrollo de programas informáticos es un buen ejemplo de por qué es indispensable la adhesión a estas disciplinas. Los programas informáticos pueden crearse en un país, producirse, publicarse, almacenarse y luego transmitirse a través de cualquier ubicación, lo cual hace difícil concebir una norma de origen significativa con fines de acceso a los mercados. Esta dificultad es mucho mayor cuando un programa informático se desarrolla simultáneamente en múltiples países, con diseñadores que trabajan en diferentes módulos de códigos, en diferentes laboratorios informáticos, o cuando el desarrollo, la realización de pruebas y la depuración de programas se realizan en diferentes países. Los obstáculos de acceso a los mercados en forma de discriminación comercial u otras medidas proteccionistas en cualquier momento del desarrollo de estos productos, incluida la descarga del producto efectivo, impedirán a los productores y usuarios de estos productos obtener las ventajas de eficiencia y productividad que ofrece el comercio electrónico, en cuanto a superar tanto las limitaciones de tiempo como las geográficas.

10. Además, se privará a los consumidores y empresas de los beneficios que pueden ofrecer estos productos para el consumo personal, así como de su importante contribución a otros servicios. Por ejemplo, los programas informáticos que pueden ayudar a prever las condiciones atmosféricas con mayor precisión podrían beneficiar a los agricultores o ayudar a los pescadores a planificar mejor las operaciones de sus actividades básicas. Por lo tanto, es necesario garantizar que todos los métodos de suministro por cualquier medio tecnológico estén disponibles, de modo que todos los participantes en el mercado puedan determinar el mecanismo de suministro y el uso de los productos más eficientes, sin que éstos queden perjudicados por un conjunto de normas comerciales frente a otros productos.

⁶ Véase el documento para debate titulado "*La clasificación de los programas de informática que se suministran de forma electrónica*" presentado por el Canadá para el Segundo debate específico sobre cuestiones transversales (JOB(02)/38), 6 de mayo de 2002. (Documento del Canadá).

⁷ Véase *Programa de Trabajo sobre el comercio electrónico: la cuestión de la clasificación*, Nota de antecedentes de la Secretaría de la OMC (JOB(02)/37), 2002. (Nota de antecedentes).

⁸ Véase el párrafo 33 del documento del Canadá.

11. En suma, si los Miembros de la OMC están comprometidos a desarrollar el comercio electrónico, una medida decisiva será adherirse a un entorno comercial liberal y abierto que permita al comercio electrónico florecer libre de impedimentos comerciales al desarrollo económico que resulte de tal comercio.

B. PROMOCIÓN DEL COMERCIO

12. La mayor parte de las actuales deliberaciones del Programa de Trabajo sobre el Comercio Electrónico se centran en torno al debate relativo a la clasificación mencionado más arriba, esto es, de qué modo deberían clasificarse los productos descargados electrónicamente: como un bien sujeto al Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), o como un servicio sujeto al Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS), o posiblemente de algún otro modo. No hay acuerdo sobre esta cuestión. Sin embargo, a pesar de la falta de consenso, y posiblemente debido a que la mayoría de los Miembros de la OMC no han llegado a conclusiones prematuras, el comercio electrónico sigue evolucionando y creciendo en todo el mundo. Sin duda, un amplio acceso a los mercados y un trato nacional generalizado en una amplia gama de sectores contribuirán a desarrollar la infraestructura fundamental para transmitir productos y servicios mediante redes electrónicas. Los compromisos y concesiones en las negociaciones pertinentes, así como la obligación de no discriminar ni crear obstáculos al comercio de los productos suministrados electrónicamente, conducirán a una mayor previsibilidad y estabilidad para la transmisión electrónica de estos productos, independientemente de la categoría particular a la que se desee asignarlos. Por ejemplo, los Miembros de la OMC deberían abstenerse de crear obstáculos al comercio electrónico en forma de restricciones cuantitativas (en el supuesto de que puedan establecerse en el mundo digital) o subvenciones con efectos de distorsión del comercio, y, como se verá más abajo, deberían evitarse y eliminarse los derechos que gravan las transmisiones electrónicas para los productos y servicios tecnológicos. Por lo tanto, es importante reconocer la aplicabilidad de las actuales disciplinas de la OMC, que podrían tener una repercusión liberalizadora en el comercio electrónico, así como el modo en que las negociaciones en curso podrían tener un efecto liberalizador similar.

13. La Nota de antecedentes de la Secretaría pone de relieve el hecho de que hasta la fecha las empresas procedentes de muchos países Miembros de la OMC han practicado el comercio electrónico con éxito tanto dentro de sus fronteras como a través de ellas, y que actualmente los productos digitales en su forma física y sus equivalentes en línea han sido comercializados durante años en condiciones a las que pueden quedar sujetos tanto del GATT como del AGCS. Y, lo cual es importante, en la OMC no han surgido diferencias comerciales o problemas concretos a este respecto, lo que desaconseja el establecimiento prematuro de nuevas normas comerciales sobre el comercio electrónico.⁹ Así pues, a pesar de la falta de acuerdo sobre el modo de clasificar estos productos, el comercio en esta esfera continúa expandiéndose. Los Miembros de la OMC tienen la oportunidad de consagrar el actual nivel de apertura en una esfera comercial en expansión. Los Miembros de la OMC no deberían desaprovechar esta oportunidad.

14. La Nota de la Secretaría indica útilmente la forma en que podrían aplicarse el GATT y el AGCS de un modo que liberalice el comercio a fin de lograr el más alto nivel de apertura de los mercados al comercio digital. En el marco del GATT, las restricciones cuantitativas están prohibidas, las subvenciones están sometidas a disciplina, y, en un mundo plenamente liberalizado, los aranceles son inexistentes. De igual modo, en un mercado de servicios plenamente liberalizado en el marco del AGCS, las restricciones cuantitativas no existirían, excepto en contadas ocasiones; las subvenciones, de aplicarse, no serían discriminatorias; y los aranceles no se aplicarían. Por lo tanto, si de estas fundamentales disposiciones de la OMC relativas al acceso a los mercados aplicamos al comercio electrónico los aspectos que más favorecen la liberalización del comercio, las normas de la OMC

⁹ Véase el párrafo 11 de la Nota de antecedentes.

apoyarán un aspecto del comercio que beneficia a todos los Miembros de la OMC, que no tendrán que dedicarse durante años a la labor de reducir los obstáculos al acceso a los mercados.

15. Los Miembros de la OMC deberían reconocer que los aspectos de los Acuerdos de la OMC que favorecen la liberalización del comercio proporcionan posibles beneficios del comercio electrónico a un país, como importador y como exportador. En primer lugar, un país puede proporcionar las ventajas de precios más bajos y mayores opciones de productos y servicios tanto a las empresas como a los consumidores evitando los obstáculos al comercio en las redes electrónicas. Por ejemplo, las empresas locales pueden ganar eficiencia y estar en mejores condiciones para competir en los mercados mundiales aprovechando la ventaja que suponen los productos y servicios suministrados electrónicamente como contribuciones para sus propios procesos de producción. Y luego, procediendo a la liberalización del comercio digital entre los interlocutores comerciales, los Miembros de la OMC pueden ampliar las oportunidades de exportación para sus propias empresas, que de otro modo no podrían alcanzar esos mercados. Por lo tanto, junto con las normas vigentes de la OMC, las negociaciones en curso ofrecen una excelente oportunidad de expandir el comercio por medios electrónicos.

16. En suma, los Miembros de la OMC interesados en expandir el comercio electrónico en sus mercados deberían hacerse a la idea de que alcanzar en las negociaciones una mayor apertura en una amplia gama de sectores pertinentes es fundamental para el desarrollo del comercio electrónico. Por otra parte, aplicar los aspectos de los acuerdos vigentes que más favorecen la liberalización de los productos objeto de comercio electrónico reporta beneficios para todos los Miembros de la OMC. Así pues, reconociendo este objetivo, y participando activamente en las negociaciones, los Miembros de la OMC pueden obtener estos beneficios y promover el aumento del comercio a través de redes electrónicas.

C. REGLAMENTACIÓN NACIONAL

17. Han surgido preguntas acerca de si debería reglamentarse el comercio electrónico y de qué manera. Los Estados Unidos consideran que cada Miembro tiene derecho a reglamentar y, como es lógico, algunas de estas reglamentaciones afectan el comercio electrónico. Sin embargo, estas reglamentaciones no deberían funcionar como un obstáculo al comercio, es decir, no deberían utilizarse como una medida proteccionista a favor de los intereses comerciales nacionales. Además, cuando las reglamentaciones nacionales se destinan a cumplir objetivos legítimos de política, deberían ser transparentes y no discriminatorias y, además, deberían ajustarse a los Acuerdos vigentes de la OMC relativos a tales medidas. Las reglamentaciones nacionales transparentes son indispensables para crear mercados más eficientes y un entorno atractivo para las inversiones. Esto es tanto más cierto en el mundo electrónico, donde las empresas necesitan evaluar sus posibilidades de acceder y realizar actividades en mercados extranjeros. Las reglamentaciones internas poco claras o no transparentes pueden generar obstáculos al comercio y mermar así el valor de un régimen comercial liberal. En realidad, el desarrollo de un proceso de reglamentación transparente es el primer paso para ayudar a comprender mejor los objetivos de política nacional, lo que a su vez podría conducir a una confianza aún mayor en el gobierno y en la razón de ser de la liberalización del comercio.

18. Varios acuerdos de la OMC contienen criterios aplicables al establecimiento de determinadas medidas relacionadas con las reglamentaciones nacionales. Por ejemplo, las medidas adoptadas de conformidad con el artículo XIV del AGCS o el artículo XX del GATT no deberían constituir un medio de discriminación arbitraria o injustificable entre los países ni servir como una restricción encubierta al comercio. Y en el marco del Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio en la esfera de las normas, no deberán elaborarse ni aplicarse reglamentos técnicos con miras a crear un obstáculo innecesario al comercio internacional, o con ese efecto. A tal fin, los reglamentos técnicos

no deberían ser más restrictivos del comercio de lo necesario para cumplir un objetivo legítimo.¹⁰ Aplicar un enfoque similar a los reglamentos que podrían tener repercusiones en el comercio electrónico favorecería el objetivo de todos los Miembros de la OMC de impulsar el desarrollo del comercio electrónico. El recurso a este enfoque, y centrarse en primer lugar en la eficacia de la transparencia de las reglamentaciones nacionales, contribuirá a fomentar un entorno de comercio electrónico más firme. Esto no sólo se aplica al desarrollo de un mercado de servicios dinámico, sino que además contribuye a la facilitación del comercio en las formalidades en frontera, así como en la esfera de la contratación pública, donde los procedimientos transparentes y no discriminatorios beneficiarían a los proveedores.

19. Así pues, si los Miembros de la OMC respaldan la idea de que el comercio electrónico es una importante vía para el crecimiento económico apoyará a su vez el concepto de que cuando una política legítima requiera reglamentaciones nacionales que afecten al comercio electrónico, esas reglamentaciones deberían ser compatibles con las disciplinas contenidas en los Acuerdos vigentes de la OMC, incluidas las relativas al carácter transparente y no discriminatorio.

D. MORATORIA DE DERECHOS DE ADUANA

20. También ha habido un debate sustantivo sobre la moratoria a la imposición de derechos de aduana a la transmisión electrónica. Esta moratoria se estableció simultáneamente con el Programa de Trabajo de 1998 para ayudar a impulsar el crecimiento del comercio electrónico. Se trata de una moratoria que debería hacerse permanente y vinculante por varias razones. Debido en gran medida a la adhesión con visión de futuro de los Miembros de la OMC a la moratoria, en la actualidad no existen tales derechos. Cabría aducir que, al no imponer derechos sobre los productos transmitidos electrónicamente, estos productos están recibiendo un mejor trato que un producto correspondiente suministrado en forma física. Ahora bien, si el objetivo es igualar el trato otorgado a los productos suministrados en forma física y electrónica, en lugar de intentar imponer un derecho sobre el producto suministrado electrónicamente, un curso de acción con efecto más liberalizador sería reducir el derecho, de existir, aplicado al producto suministrado en forma física.

21. Además, los intentos de imponer derechos sobre tales productos serán contraproducentes con respecto a la promoción del desarrollo del comercio electrónico: sopesando, por un lado, los ingresos arancelarios mínimos derivados de tales productos y, por el otro, la creación de eficiencia económica global y el aumento de la actividad económica resultantes de la utilización de estos productos, la balanza se inclina por la adopción de la segunda medida. De hecho, la Presidenta del seminario del Comité de Comercio y Desarrollo sobre las "Consecuencias fiscales del comercio electrónico", celebrado en abril del 2002, reconoció que los efectos directos sobre los ingresos fiscales de la pérdida de derechos aduaneros parecen ser muy pequeños, mientras que los efectos sobre la eficiencia de una economía pueden ser importantes.¹¹ En realidad, es poco probable que las empresas y los consumidores prefieran un producto suministrado electrónicamente antes que un producto suministrado en forma física con la finalidad principal de evitar esos derechos mínimos. En cambio, pueden desear descargar productos por una serie de razones de otro tipo, como son la eficiencia, conveniencia, y rapidez del suministro.¹² Nuevamente, las políticas generadoras de comercio

¹⁰ Párrafo 2 del artículo 2 del Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio.

¹¹ Véase el Informe oral de la Presidenta del seminario, Excm. Sra. Mary Whalen, Seminario sobre las "Consecuencias fiscales del comercio electrónico", celebrado en la cuadragésima reunión del CCD el 25 de abril de 2002.

¹² De hecho, sin una adecuada infraestructura de telecomunicaciones e informática, la rapidez del suministro podría constituir un factor de disuasión contra los productos suministrados electrónicamente.

deberían ser el objetivo al examinar esta cuestión: ¿Crea comercio o impide el comercio la imposición de derechos, o la amenaza de hacerlo, sobre un producto exento?

22. Por último, sería ilógico que una organización comprometida con la liberalización del comercio como la OMC previese respaldar la imposición de aranceles en una esfera del comercio que ha surgido, en gran medida, porque los obstáculos comerciales eran mínimos. Por lo tanto, dado que los Miembros de la OMC han apoyado la idea de que desearían seguir desarrollando el comercio electrónico, tanto local como multilateralmente, una de las medidas más positivas que la OMC podría adoptar con este fin sería hacer permanente la moratoria relativa a la imposición de derechos de aduana sobre las transmisiones electrónicas. Una decisión en Cancún sería una señal importante de que sigue habiendo interés en expandir el comercio en esta importante esfera.

E. ASISTENCIA TÉCNICA Y CREACIÓN DE CAPACIDAD

23. No todos los países comprenderán inmediatamente los beneficios del comercio electrónico. Adaptar las políticas, los procedimientos comerciales y la tecnología al nuevo entorno del comercio electrónico supone tiempo y dinero. La creación de capacidad es esencial para responder al desafío, pero esto debe hacerse en colaboración, sobre la base de las necesidades, la reforma interna y los medios más eficientes para prestar asistencia. La experiencia hasta la fecha ha demostrado que las empresas de todo el mundo con establecidos modelos comerciales y estrategias en materia de comercio electrónico están trabajando con los países en desarrollo y en transición, mientras esos países avanzan hacia la liberalización del comercio. La creación de capacidad sólo tiene éxito si va de la mano con políticas nacionales que alienten la competencia en las telecomunicaciones, los servicios relacionados con la informática, los servicios financieros, los servicios de distribución y suministro que deben trabajar en conjunto. Ciertamente, el Gobierno de los Estados Unidos, trabajando con empresas, ha establecido muchas medidas de creación de capacidad que tendrán repercusiones positivas en el desarrollo del comercio electrónico en todo el mundo.¹³ Por ejemplo, en la región de las Américas, algunos de los proyectos son los siguientes:

Red Brasileña de Tecnología Mundial: La Red de Tecnología Mundial de USAID es un programa interactivo basado en la Web, que permite a las empresas participantes anunciar sus necesidades en materia de bienes y servicios a través de una red de oportunidades comerciales (trade-lead network), lo cual facilita el comercio y las inversiones.

Marco Reglamentario de las Telecomunicaciones de El Salvador: El Organismo de Comercio y Desarrollo de los Estados Unidos proporcionó a SIGET (el organismo regulador de El Salvador) una subvención para financiar asistencia técnica centrada en la interconexión, las prácticas anticompetitivas, la transparencia y la protección del consumidor. Se llevaron a cabo proyectos similares en Venezuela y con muchos de los países del Caribe.

Guatemala - Centros de Desarrollo del Comercio Electrónico: Se abrieron cuatro centros de desarrollo del comercio electrónico en zonas remotas, destinados para ayudar a las pequeñas empresas a aprovechar las posibilidades de Internet y la tecnología informática con el fin de mejorar la salida de nuevos productos y servicios.

Jamaica - Desarrollo de la Pequeña y Mediana Empresa: USAID ayudó a formar empleados de la pequeña y mediana empresa en el uso eficaz de las soluciones en materia de programas informáticos de gestión y de la tecnología de la información. Estas empresas

¹³ Para obtener más información sobre toda la gama de programas de los Estados Unidos en materia de creación de capacidad relacionada con el comercio, visítase sitio Web del Representante de los Estados Unidos para las Cuestiones Comerciales (USTR), www.USTR.gov.

adquieren capacidades en los sistemas financieros y contables automatizados, las técnicas de gestión de empresas, y el comercio electrónico.

24. Estos programas no se limitan a las iniciativas de los Estados Unidos para América Latina; los Estados Unidos tienen programas similares en todo el mundo. La mayoría de los países desarrollados, incluidas las Comunidades Europeas, el Canadá y el Japón, tienen programas de creación de capacidad comercial que ayudarán a promover y desarrollar el comercio electrónico a escala mundial.¹⁴ Estos programas reflejan el hecho de que todos los países tienen gran interés en aumentar la participación de todos en el comercio electrónico mundial.

F. CONCLUSIÓN

25. Los objetivos expuestos en este documento están encaminados a estimular un enfoque del comercio electrónico con visión de futuro y comprender mejor el modo en que las normas multilaterales de comercio revisten importancia crítica para su desarrollo. Para la Conferencia Ministerial de Cancún, los Estados Unidos alientan a los Miembros de la OMC a apoyar el reconocimiento de estos objetivos como medio de examinar las cuestiones relacionadas con el comercio electrónico a medida que avancemos. El Programa de Trabajo puede continuar de un modo acorde con estos objetivos y examinar las cuestiones relacionadas con el comercio electrónico, incluida la clasificación, a medida que avancen las negociaciones.

26. Un punto importante que hay que tener en cuenta es que, a pesar de la falta de acuerdo sobre el modo de clasificar determinados productos, el comercio electrónico se ha expandido en todo el mundo. De hecho, se ha reconocido el valor intrínseco de Internet como un medio de aumentar el comercio, lo que se ha traducido en enormes beneficios para todos los Miembros de la OMC. Esta tendencia es significativa y es preciso seguir fomentándola. Por lo tanto, los Estados Unidos alientan a los Miembros de la OMC a considerar el comercio electrónico como un medio para ampliar las oportunidades de mercado, el comercio, y el crecimiento económico de todos los Miembros de la OMC. Análogamente, los Estados Unidos instan a los Miembros de la OMC a que eviten crear obstáculos a estas oportunidades, lo que bloquearía el nivel actual de apertura al comercio y provocaría la desaceleración del crecimiento económico que puede proporcionar el comercio electrónico. Un modo de evitar mañana las diferencias comerciales es adoptar y consolidar hoy el actual nivel de apertura. Todos los Miembros de la OMC deberían trabajar con este fin apoyando los objetivos fundamentales expuestos más arriba.

¹⁴ Véase, por ejemplo, el documento WT/L/451 (mayo de 2002), comunicación del Japón sobre su Cooperación Internacional en materia de Tecnología de la Información.