



14 de julio de 2016

(16-3819)

Página: 1/3

Original: inglés

PROGRAMA DE TRABAJO SOBRE EL COMERCIO ELECTRÓNICO

REVITALIZACIÓN DE LOS DEBATES SOBRE EL COMERCIO ELECTRÓNICO

*Propuesta de Hong Kong, China; el Japón; la Federación de Rusia; Pakistán; Singapur
y el Territorio Aduanero Distinto de Taiwán, Penghu, Kinmen y Matsu*

Revisión¹

La siguiente comunicación, de fecha 14 de julio de 2016, se distribuye a petición de la delegación del Japón.

1 INTRODUCCIÓN

1.1. El comercio electrónico está transformando la economía mundial y se ha convertido en un potente motor del crecimiento económico mundial. No obstante, para liberar todo el potencial del comercio electrónico quedan aún por abordar varios problemas. Es indispensable establecer un entorno de comercio electrónico mundial abierto, seguro y fiable. También es esencial mejorar la conectividad y desarrollar los recursos humanos en la esfera del comercio electrónico.

1.2. La OMC, por su primacía como foro mundial para el establecimiento de las normas comerciales y la gobernanza del comercio, se encuentra en una posición excepcional como plataforma en la que se pueden tratar esas cuestiones.

1.3. Proponemos que los Miembros entablen debates sobre dichas cuestiones desde una perspectiva amplia y traten después de identificar lo que debería hacer la OMC para abordar esos problemas del comercio electrónico de la mejor manera posible.

2 PARA MEJORAR LOS DEBATES

2.1. A fin de celebrar un debate más efectivo e inclusivo, se alienta a los Miembros a que examinen sus propios intereses y opiniones con respecto al comercio electrónico. A continuación figuran preguntas clave que pueden contribuir a ese examen.

P1. En su país, ¿con qué obstáculos al comercio electrónico se enfrentan las partes interesadas, por ejemplo los consumidores, fabricantes, proveedores de servicios, organismos de reglamentación y pequeñas y medianas empresas? (Para información, hemos añadido al final de la presente propuesta un resumen de informes recientes pertinentes.)

P2. ¿Abordan el marco y las iniciativas existentes de la OMC total o parcialmente esos obstáculos o no lo hacen en absoluto? ¿Cómo debe o puede abordar la OMC esos obstáculos?

¹ La presente revisión tiene por objeto únicamente añadir a Hong Kong, China y Pakistán como copatrocinadores.

P3. ¿Qué iniciativas o prácticas aplican ustedes actualmente o tienen previsto aplicar en la esfera del comercio electrónico, ya sea a nivel internacional, regional o nacional? Sirvanse asimismo facilitar información sobre casos específicos en que se hayan tratado cuestiones relativas al comercio electrónico que, a su juicio, puedan servir de referencia.

3 DEBATES ENTRE LOS MIEMBROS

3.1. Se alienta a los Miembros a que celebren cuanto antes debates sobre el comercio electrónico basándose en las respuestas que se faciliten voluntariamente a las preguntas anteriores, así como remitiéndose a otra información pertinente proporcionada por los Miembros o por la Secretaría. A solicitud de los Miembros, la Secretaría podrá hacer una compilación de los intereses, opiniones e iniciativas y prácticas actuales y previstas que expongan los Miembros en esos debates.

4 TALLERES CON EXPERTOS Y CON LOS MIEMBROS

4.1. Proponemos celebrar una serie de talleres de uno o dos días de duración. Esos talleres deberían brindar a los Miembros y a los expertos la oportunidad de examinar temas relacionados con los intereses y opiniones expresados por los Miembros en los debates. Los expertos en cuestión podrían provenir, por ejemplo, de instituciones académicas, la comunidad empresarial, organizaciones internacionales (UNCTAD, ITC, UIT y otras), y ONG.

5 CAMINO A SEGUIR

5.1. Consideramos que los debates y talleres mencionados anteriormente ayudarán a los Miembros a identificar las esferas y cuestiones en las que se requieren más trabajos en la OMC. Se alienta a los Miembros a que aborden esas esferas y cuestiones específicas mediante la presentación de sugerencias y propuestas concretas en foros apropiados en los que se puedan mantener debates más centrados, teniendo presente al mismo tiempo la naturaleza transversal de esta cuestión.

5.2. Esperamos que este enfoque pueda contribuir al logro de resultados significativos en la Undécima Conferencia Ministerial y después de ella.

RESUMEN DE INFORMES RECIENTES

OMC (diálogo comercial de la OMC con la comunidad empresarial)

La adopción de medidas sobre el comercio electrónico fue una de las esferas en las que, según indicaron los dirigentes empresariales, era necesario trabajar en la OMC. Entre las medidas recomendadas cabe citar las siguientes:

- potenciar la transparencia y la no discriminación en la esfera del comercio electrónico;
- facilitar el comercio transfronterizo simplificando la reglamentación y las normas;
- facilitar la inclusión de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas en el comercio electrónico;
- mejorar la protección de los consumidores;
- cooperar más estrechamente con otras organizaciones internacionales;
- debatir el establecimiento de normas mundiales sobre el comercio electrónico, incluidos los flujos de datos transfronterizos.

Fuente: OMC (2016), SUMMARY OF ELEMENTS RAISED BY BUSINESS LEADERS AT THE WTO 'TRADE DIALOGUES' EVENT https://www.wto.org/spanish/news_s/news16_s/bus_30may16_s.htm.

UNCTAD (Informe sobre la Economía de la Información 2015)

En el "Informe sobre la Economía de la Información 2015 de la UNCTAD - Liberar el potencial del comercio electrónico para los países en desarrollo" se ofrecen valiosas observaciones sobre las siguientes esferas.

- Políticas y estrategias nacionales para propiciar el comercio electrónico
 - Enfoques estratégicos para el desarrollo del comercio electrónico*
 - Elaboración de una estrategia nacional de comercio electrónico
 - Aplicación, control y seguimiento
 - Principales esferas normativas que se deben abordar en una estrategia nacional*
 - Infraestructura y servicios de TIC asequibles
 - Logística y facilitación del comercio
 - Promoción de un entorno propicio para el comercio electrónico y soluciones de pago en línea
 - Fortalecimiento del marco legal y reglamentario
 - Capacitación
 - Promoción de la contratación pública electrónica
 - Mayor concienciación de todas las partes interesadas
- Políticas de comercio electrónico en el plano internacional
 - El comercio electrónico y las normas comerciales internacionales
 - Cuestiones de tributación relacionadas con el comercio electrónico
 - Apoyo de los asociados para el desarrollo

Fuente: UNCTAD (2015), *Informe sobre la Economía de la Información 2015 - Liberar el potencial del comercio electrónico para los países en desarrollo*, CAPÍTULO VI CONSECUENCIAS ESTRATÉGICAS Y NORMATIVAS <http://unctad.org/es/paginas/PublicationWebflyer.aspx?publicationid=1146>.
