

COMUNICADO DE PRENSA

PROHIBIDA LA PUBLICACIÓN ANTES
DE LAS 00.01 H. GMT DEL VIERNES
20 DE MARZO DE 1998

PRESS/96
13 de marzo de 1998

UN ESTUDIO DE LA SECRETARÍA DE LA OMC RECALCA LOS POSIBLES BENEFICIOS DEL COMERCIO ELECTRÓNICO PARA EL COMERCIO EN GENERAL

Un nuevo estudio efectuado por la Secretaría de la OMC, *"El comercio electrónico y el papel de la OMC"*, analiza los beneficios que la utilización de Internet para fines comerciales puede suponer para el comercio en general. El informe, obra de un equipo de economistas de la Secretaría de la OMC, expone a grandes rasgos los elementos complejos y los posibles beneficios del comercio por conducto de Internet.

El comercio electrónico -la producción, la publicidad, la venta y la distribución de productos a través de las redes de telecomunicación- se puede dividir en tres grandes categorías, con miras al análisis de las políticas generales al respecto: i) la fase de búsqueda, en la que los productores y consumidores, o compradores y vendedores, interactúan por vez primera; ii) la fase de encargo y pago, una vez que se ha convenido una transacción; y iii) la fase de entrega. Buena parte del análisis del estudio está consagrada a los productos que se pueden entregar electrónicamente por conducto de Internet (fase iii), transacciones), dado que son los que plantean las cuestiones de carácter normativo más importantes.

El estudio ha sido redactado para facilitar información fáctica a los 132 Miembros de la OMC inmersos en la actualidad en el proceso de elaborar respuestas políticas a esta nueva modalidad de comercio, que se multiplica a ritmo impresionante. En 1991, había menos de 5 millones de usuarios de Internet. A principios de este siglo próximo, es probable que haya más de 300 millones y se estima que, para entonces, el valor del comercio electrónico sea de 300.000 millones de dólares EE.UU.

El estudio recalca el extraordinario aumento de las posibilidades que ofrece el comercio electrónico, entre otros a los países en desarrollo, pero observa que aún queda mucho por hacer para mejorar el acceso a la infraestructura y los conocimientos de los usuarios que la realización de esas posibilidades requiere.

Los Miembros de la OMC han empezado a estudiar cómo debe abordar la Organización Mundial del Comercio el tema del comercio electrónico. Habida cuenta del carácter singular de esta modalidad nueva de entrega de productos (mercancías y servicios), los autores dicen que quedan muchos interrogantes por responder. Los productos que se adquieren y pagan a través de Internet, pero que se entregan materialmente, deberían estar sometidos a las normas de la OMC sobre comercio de mercancías. Ahora bien, la situación es más complicada en lo que hace a los productos que se entregan como información numerizada a través de Internet, pues se plantean distintas cuestiones acerca del régimen normativo adecuado que habría que imponerles. Los autores afirman que lo mismo la prestación de servicios de acceso a Internet que muchos de los productos entregados por Internet corresponden al ámbito de aplicación del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios, pero también reconocen la necesidad de aclarar hasta qué punto se aplican a determinadas actividades los compromisos de los Miembros en materia de acceso a los mercados.

Entre las cuestiones normativas expuestas en el estudio figuran el marco general jurídico y normativo de las transacciones por Internet; los temas de la seguridad y la intimidad; la fiscalidad; el acceso a Internet, el acceso al mercado de los proveedores a través de Internet; la facilitación del comercio; la contratación pública y otras cuestiones relativas a la propiedad intelectual, y la regulación del contenido. El estudio trata de exponer los problemas sin prejuzgar de cuáles habrá de ocuparse la OMC, ni cómo deberán abordarse en cuanto al fondo.

Nota a las redacciones

Se pueden solicitar ejemplares del estudio "*El comercio electrónico y el papel de la OMC*", publicado en español, francés e inglés (precio 30 FS) a Publicaciones de la OMC, 154 Rue de Lausanne, CH-1211 Ginebra 21, teléfono: (41.22) 739.5208/5308, fax: (41.22) 739.5792.