

1 de diciembre de 2020

(20-8662)

Página: 1/2

Consejo del Comercio de Servicios

Original: inglés

**COMUNICACIÓN DE AUSTRALIA; EL BRASIL; EL CANADÁ; COLOMBIA;  
LA REPÚBLICA DE COREA; HONG KONG, CHINA; EL JAPÓN;  
MÉXICO; NIGERIA; NORUEGA; NUEVA ZELANDIA;  
EL REINO UNIDO; SINGAPUR Y UCRANIA**

**DEBATES EXPLORATORIOS SOBRE EL APOYO A LA CAPACIDAD  
DIGITAL DE LAS EMPRESAS Y LOS CONSUMIDORES**

*Revisión<sup>1</sup>*

La siguiente comunicación, de fecha 1 de diciembre de 2020, se distribuye a los miembros del Consejo del Comercio de Servicios a petición de las delegaciones de Australia; el Brasil; el Canadá; Colombia; la República de Corea; Hong Kong, China; el Japón; México; Nigeria; Noruega; Nueva Zelandia; el Reino Unido; Singapur y Ucrania.

1. Antes de la COVID-19, el comercio de servicios era el sector de más rápido crecimiento a nivel mundial, y las exportaciones de servicios comerciales habían aumentado tres veces más rápido que las exportaciones de mercancías, medidas en función del valor.<sup>2</sup> Al mismo tiempo, en el *Informe sobre el comercio mundial 2019* de la OMC se indicaba una tendencia hacia los servicios en línea ('modo 1'; el 30% del comercio de servicios en 2017). La pandemia ha afectado a sectores como el turismo, el transporte y los servicios de distribución; sin embargo, está previsto que la prestación de servicios en línea siga creciendo.<sup>3</sup>

2. La tendencia hacia los servicios en línea, acelerada por la pandemia, presenta oportunidades y desafíos para las empresas, los consumidores y los Gobiernos.

3. Las empresas han respondido rápidamente a los cambios en el entorno provocados por la COVID-19 y han puesto en marcha soluciones digitales para ayudar al personal, prestar servicios a los clientes, obtener opciones alternativas de suministro, comunicarse con las partes interesadas y ocuparse de la eficiencia organizativa y financiera. En muchos países, los Gobiernos han tratado de apoyar esos esfuerzos o están adoptando medidas para facilitar la compra y la venta de servicios y mercancías en línea, y entre esas medidas se incluyen también políticas relacionadas con la recuperación económica en respuesta a la pandemia.

4. La pandemia también ha puesto de relieve la importancia de la inclusión digital y los desafíos a que se enfrentan todos los países para superar la brecha digital, cuestiones que sufren especialmente los pequeños proveedores y los países en desarrollo y menos adelantados.

5. A fin de ayudar a los Gobiernos a examinar la manera de resolver estas cuestiones, proponemos que los Miembros, a través del Programa de Trabajo sobre el Comercio Electrónico del CCS, intercambien información sobre los programas nacionales actuales destinados a aumentar la capacidad digital y salvar la brecha digital que están relacionados con el comercio electrónico.

<sup>1</sup> Esta revisión tiene por objeto añadir a la República de Corea a la lista de copatrocinadores.

<sup>2</sup> *Informe sobre el comercio mundial 2019* de la OMC:  
[https://www.wto.org/spanish/res\\_s/reser\\_s/wtr\\_s.htm](https://www.wto.org/spanish/res_s/reser_s/wtr_s.htm).

<sup>3</sup> Nota informativa de la OMC sobre el comercio electrónico, el comercio y la pandemia de COVID-19:  
[https://www.wto.org/english/tratop\\_e/covid19\\_e/ecommerce\\_report\\_e.pdf](https://www.wto.org/english/tratop_e/covid19_e/ecommerce_report_e.pdf).

Así, podríamos aprender de la experiencia de los demás y ayudar a las capitales brindándoles información sobre las políticas relacionadas con las mejores prácticas en esta esfera.

6. Con el objetivo de facilitar el debate, proponemos las siguientes preguntas como primer paso:

- ¿Cuáles son los retos y las oportunidades que presentan las soluciones digitales y la entrega digital de servicios?
  - ¿Qué están haciendo los Miembros para hacer frente a esos retos y aprovechar esas oportunidades? Por ejemplo, ¿qué programas, políticas o prácticas nacionales se han implementado o se están aplicando para aumentar la capacidad digital y reducir la brecha digital en relación con el comercio electrónico, incluidos los diferentes tipos de asistencia a las mipymes?
  - ¿Están los Miembros realizando actividades de cooperación relacionadas con el comercio electrónico a fin de apoyar la capacidad digital y salvar la brecha digital?
-