

Capítulo 5

- Durante los últimos 20 años el ATI, al reducir el costo de algunos de los principales productos de TIC, ha intensificado la utilización de nuevas tecnologías. La ampliación del ATI abre aún más el comercio a 201 productos de tecnología de la información y tecnologías de nueva generación.
- El abaratamiento y la mayor disponibilidad de ordenadores y teléfonos móviles se ha traducido en un mayor acceso a Internet y en un crecimiento de la economía digital, lo que ha generado nuevas oportunidades para el comercio.
- La eliminación de los aranceles aplicados a los productos de TIC es fundamental para que estos productos sean más asequibles para millones de personas, tanto en las economías desarrolladas como en las economías en desarrollo.
- Al posibilitar un uso más amplio de la tecnología y la innovación, el ATI está contribuyendo al logro de una de las metas de desarrollo sostenible de las Naciones Unidas: proporcionar acceso universal y asequible a Internet de aquí a 2020.

El ATI y la economía digital mundial

A. Introducción

El principal objetivo del Acuerdo sobre Tecnología de la Información (ITA) ha sido abrir el comercio mundial de productos de tecnología de la información y las comunicaciones (TIC), fomentar el desarrollo constante de esa industria y propiciar un mayor acceso a los productos de alta tecnología en todo el mundo. La ampliación del ATI continúa esa labor expandiendo el alcance del acceso a más de 200 productos de TIC de nueva generación, entre los que hay productos que no estaban cubiertos por el primer Acuerdo o no existían cuando este vio la luz.

En los últimos 20 años, los 82 Miembros de la OMC que participan en el ATI han liberalizado el comercio de productos de TIC cubiertos por el acuerdo reduciendo y eliminando los derechos de aduana y otros derechos. Actualmente, alrededor del 88% de las importaciones de productos incluidos en el ATI en todo el mundo se realizan en régimen de franquicia arancelaria como consecuencia de compromisos arancelarios consolidados de conformidad con el ATI. Al reducir el costo de la TIC, el ATI y su ampliación desempeñan una función vital en el fomento del acceso a la TIC a precios asequibles y, por consiguiente, en la adopción y el uso de la tecnología. No obstante, para muchas economías en desarrollo y muchos países menos adelantados (PMA), acceder a la tecnología y a la innovación sigue siendo difícil, entre otras razones porque en esas economías el costo de

los productos y servicios de TIC sigue siendo elevado, lo cual hace que la tecnología resulte inasequible.

En este capítulo se expone cómo pueden contribuir el ATI y el ATI ampliado a expandir considerablemente el acceso a los productos y la tecnología de la información y las comunicaciones, y hacerlos más asequibles, abriendo oportunidades desaprovechadas para las economías en desarrollo y los PMA, que pueden beneficiarse de la adopción de la TIC y el acceso a Internet. Los relatos de experiencias concretas que se presentan en este capítulo muestran que reducir el precio de los teléfonos móviles, los ordenadores y otros equipos de TIC que se utilizan para mejorar la estructura de las redes puede ampliar la adopción de la banda ancha y, de esa manera, impulsar el uso de Internet, con lo que se crean nuevas oportunidades para el comercio y el desarrollo. Esto guarda relación con el hecho de que el acceso universal a Internet se ha reconocido como una prioridad de desarrollo y, de hecho, constituye una de las metas del Objetivo 9 C de la Agenda de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible, que consiste en “aumentar significativamente el acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones y esforzarse por proporcionar acceso universal y asequible a Internet en los países menos adelantados de aquí a 2020”. En este contexto, se debe poner de relieve el papel que desempeñan el ATI y el ATI ampliado en los esfuerzos por lograr que la TIC resulte más asequible y facilitar el acceso universal a esa tecnología.

Actualmente, alrededor del 88% de las importaciones de productos incluidos en el ATI en todo el mundo se realizan en régimen de franquicia arancelaria.

B. El papel del ATI en la economía digital

En los últimos 20 años, el ATI ha desempeñado un papel importante en el crecimiento del comercio de la TIC y la inversión en ese sector en todo el mundo, y lo ha hecho fomentando la adopción de esa tecnología mediante la reducción del costo de sus productos. Como se muestra en el capítulo 2, en 2016 los precios de importación de los productos de TIC, como los ordenadores y los semiconductores, eran aproximadamente un 66% más bajos que en 1996, mientras que los precios de importación de bienes de capital solamente habían disminuido en torno a un 25%, en promedio.

En 2016 los precios de importación de los productos de TIC, como los ordenadores y los semiconductores, eran aproximadamente un 66% más bajos que en 1996.

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) también informó de que los precios de los teléfonos celulares móviles habían seguido bajando en 2015, y de forma más acusada que en años anteriores: “Por primera vez, el coste medio de la cesta de servicios móviles celulares (que incluye 100 SMS y 30 llamadas móviles al mes) en los países en desarrollo representó menos del 5% del ingreso nacional bruto (INB) per cápita. Los países menos adelantados (PMA) registraron una caída del 20% en los precios de estos servicios, es decir, la mayor reducción en cinco años”.

La eliminación de los aranceles de los productos de TIC ha hecho que esos productos, y las posibilidades de innovación tecnológica que conllevan, resulten asequibles para un número cada vez mayor de personas de todo el mundo. De modo similar, el hecho de que los ordenadores y los teléfonos móviles hayan bajado de precio y estén ampliamente disponibles ha repercutido de forma especial en el acceso a Internet y el crecimiento de la economía digital, y ha creado nuevas oportunidades comerciales.

Por ejemplo, la explosión del comercio electrónico no habría tenido lugar si no se hubieran producido las innovaciones posibilitadas por las tecnologías digitales. Las plataformas basadas en Internet, como Amazon, Airbnb, Uber, Alibaba y eBay, dieron lugar a nuevas modalidades de comercio, como el comercio impulsado por los consumidores, que habrían sido inconcebibles en el pasado. En 2016, Alibaba.com calculó que su mercado de comercio electrónico entre empresas y consumidores (B2C) crecería nada menos que un 27% hasta 2020. Con todo, el comercio electrónico entre empresas (B2B) está experimentando un crecimiento mucho mayor. La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) calcula que, en 2015, el comercio electrónico representaba unos 25 billones de dólares EE.UU., y de esa cifra más de 22 billones correspondían al comercio electrónico entre empresas.

En un documento encargado por el Grupo de Expertos en Economía Digital de E15 Initiative -una iniciativa conjunta del Centro Internacional para el Comercio y el Desarrollo Sostenible (ICTSD) y el Foro Económico Mundial- se sugiere que el crecimiento económico que se podría conseguir liberalizando los obstáculos al acceso a Internet y al comercio digital es mayor en el mundo en desarrollo, donde el efecto combinado de una población joven en crecimiento, unos salarios cada vez más altos y la tendencia a la urbanización reduciría el costo marginal de ampliar el acceso a un sector más extenso de la población en el futuro próximo.

Como indican Ezell y Wu (2017),

“en todo el mundo en desarrollo [...] el mayor uso de la TIC favorece el aumento de las ventas, la productividad e incluso el empleo en las empresas. En general, las pequeñas y medianas empresas (pymes) de los países en desarrollo logran un aumento de la productividad del 10% gracias al uso de Internet. En Viet Nam, las empresas que participan en el comercio electrónico presentan un crecimiento de la productividad total de los factores que es 3,6 puntos porcentuales superior, en promedio, al de las empresas que no participan en él”.

Ezell y Wu también señalan, citando una encuesta del Banco Mundial:

“Las empresas que habían adoptado la TIC en los países en desarrollo obtenían el doble de rentabilidad, eran un 65% más productivas e impulsaban el empleo a un ritmo un 25% más rápido que las empresas que no lo habían hecho. Del mismo modo, un estudio de seis países de África Occidental llegó a la conclusión de que aproximadamente el 40% del aumento del crecimiento de la productividad total de los factores se podía atribuir al crecimiento relacionado con la TIC”.

En las economías en desarrollo, la tecnología basada en la telefonía móvil ya ha proporcionado soluciones innovadoras a las empresas. Ezell (2012a) señala que “la proliferación de dispositivos móviles de comunicación o computación ha mejorado sensiblemente la productividad, la ciencia y la capacidad innovadora de las personas y las empresas, y ha inspirado una oleada de innovaciones basadas en la telefonía móvil”. Por citar solo un ejemplo, a través de M-farm, un sitio web y aplicación móvil de Kenya que ha sido premiado, los agricultores de ese país pueden recibir información en tiempo real sobre los precios de venta minorista de sus productos, y encontrar compradores para ellos, mediante mensajes SMS.

RECUADRO 5.1 Relatos de experiencias concretas sobre la asequibilidad de Internet: Ghana

20

De una encuesta realizada en Ghana en 2012 se desprende que la banda ancha asequible sigue siendo algo irreal para la mayoría de los 25 millones de habitantes del país. Los consumidores dijeron que la principal razón para no acceder a Internet era el costo.

En 2005, Ghana adoptó una Política Nacional de Telecomunicaciones que tenía como objetivo lograr el acceso universal a los servicios de telefonía, Internet y multimedia para 2010, y alcanzar una penetración de los servicios universales de telecomunicaciones del 25% de la población, con al menos el 10% en las zonas rurales, también para 2010.

La aplicación de la Política de 2005 ha dado algunos resultados. Por ejemplo, entre 2005 y finales de 2012, la penetración de la telefonía móvil aumentó del 13,28% a más del 100% (sin embargo, se estima que hay alrededor de dos tarjetas SIM por abonado en Ghana, por lo que aún no se ha logrado la verdadera universalidad del servicio de telefonía). El acceso del país a la banda ancha internacional también ha aumentado gracias a la liberalización y a la mayor competencia. Entre 2010 y 2013 se tendieron cuatro cables submarinos de fibra óptica en Ghana, con lo que la banda ancha internacional pasó de 320 gigabytes a más de 12 terabytes.

Sin embargo, el aumento de la banda ancha internacional y de la penetración de la telefonía móvil no se ha traducido en un acceso generalizado a Internet. Los datos de la UIT correspondientes a 2012 sugieren que solamente el 17,1% de los ghaneses utiliza Internet. Al igual que ocurre en gran parte del África Subsahariana, las diferencias entre las zonas urbanas y rurales en lo que se refiere a la adopción y el uso de TIC también siguen suponiendo un reto en Ghana. Según datos del censo de Ghana de 2010, solamente el 47,8% de los ghaneses tiene teléfono móvil y, si bien entre los habitantes de las ciudades la proporción correspondiente se eleva al 63,4%, entre la población rural apenas llega al 29,6%. En cuanto al uso de Internet, la diferencia entre los usuarios urbanos y rurales es aún más pronunciada. Mientras que el 12,7% de los habitantes de las ciudades usaba Internet en 2010, solo el 2,1% de la población rural lo hacía.

Esta dificultad de conectar a la banda ancha a todos los ghaneses tiene diversos aspectos. Un obstáculo que se menciona con frecuencia es el reducido número

de personas que poseen dispositivos como tabletas, ordenadores portátiles y ordenadores personales: solo hay ordenadores portátiles o de escritorio en el 7,9% de los hogares. La falta de acceso a redes que faciliten una conexión buena y rápida a Internet, como las redes 3G, LTE o de fibra óptica, también plantea problemas. La falta de demanda por parte de los consumidores, debido a la escasez de contenidos locales y al número relativamente pequeño de usuarios locales con los que interactuar, también se mencionó como un obstáculo.

Sin embargo, la principal dificultad es el costo. Casi el 60% de los ghaneses dijo que el elevado costo de acceso le impedía utilizar Internet. Los servicios de banda ancha en el país son relativamente caros y siguen siendo un artículo de lujo para muchos ghaneses. Según la UIT, un paquete de prepago que incluye un teléfono móvil y un servicio de banda ancha de 500 MB cuesta en Ghana el equivalente del 9% del ingreso nacional bruto per cápita, casi el doble del objetivo fijado por las Naciones Unidas, que es del 5%,²¹ por lo que el país ocupa el lugar 96 de un total de 126 economías. Según el ADI de 2017, Ghana ocupa el lugar 26 debido al costo de los servicios de banda ancha, que sigue siendo excesivo para la mayoría de los ghaneses.

En respuesta a estos problemas, el Ministerio de Comunicaciones de Ghana está ultimando una nueva política de banda ancha que incluye entre sus objetivos principales la mejora de la asequibilidad. La política tiene por objeto garantizar el acceso de todos los ghaneses a la infraestructura de banda ancha a precios asequibles y la conexión de la última milla hasta todos los hogares para 2020. Entre las medidas concretas que deberá adoptar el Gobierno se priorizará el acceso abierto a la red, crear fondos específicos destinados directamente a ampliar el acceso a la banda ancha y hacerlo más asequible y examinar el régimen tributario aplicable a la TIC.

Por lo que respecta a los impuestos, en Ghana la carga tributaria del costo total de un teléfono móvil es de más del 22%, situación muy diferente de la de Nigeria, donde solamente el 5,4% del costo total corresponde a impuestos. En el proyecto de política sobre la banda ancha, el examen del régimen tributario aplicable a la TIC con el fin de hacerlo más eficiente es un objetivo esencial del Gobierno, que desea fomentar el uso de la TIC, incluida la banda ancha, como ha ocurrido en otras economías.

de los cuales 230 millones corresponden a China, 60 millones a la India y 20 millones están repartidos entre los 48 PMA. Según datos de la UIT, en 2016 la proporción de la población mundial cubierta por una red móvil de

banda ancha (3G o superior, capaz de transmitir formatos de datos mayores que las redes 2G anteriores) alcanzó el 84%, pero entre la población rural la cobertura era del 67% solamente. Poco más de la mitad de la población

contribuir a abaratar el acceso y mejorar la conectividad. Las Naciones Unidas también han reconocido la posible repercusión económica y social del acceso a Internet y el papel de la tecnología en la reducción de la pobreza y la promoción de la inclusión social: el acceso universal y asequible a Internet se encuentra entre sus Objetivos de Desarrollo Sostenible.

F.

los “dividendos digitales” (es decir, los beneficios más amplios para el desarrollo que se pueden derivar del uso de las tecnologías digitales), en África el 60% más rico de la población tiene casi tres veces más probabilidades de tener acceso a Internet que el 40% más pobre, y el acceso entre la población joven y urbana duplica con creces el de las personas de más edad y del ámbito rural. Entre quienes están conectados, las capacidades digitales varían considerablemente. En la Unión Europea, las economías más ricas tienen tres veces más ciudadanos que utilizan servicios en línea que las más pobres, y dentro de cada economía se observa una proporción similar, de tres a uno, entre los ricos y los pobres.

El Banco Mundial (2016) también señala que, para que las tecnologías digitales beneficien a todos en todo el mundo, será necesario colmar la brecha digital que sigue existiendo, especialmente en lo que respecta al acceso a Internet. Pero aumentar la adopción de las tecnologías digitales no será suficiente. Para sacar el máximo partido de la revolución digital, las economías también tienen

que trabajar en lo que el Banco Mundial (2016) llama los “complementos analógicos” de la economía digital: un entorno empresarial en que las empresas puedan utilizar Internet para competir e innovar en beneficio de los consumidores; una formación y capacitación de más calidad y más ajustada a las necesidades para mejorar las competencias de los trabajadores de manera que puedan sacar provecho de la nueva economía y sobreponerse al desplazamiento del empleo y la pérdida de puestos de trabajo que pueden producirse a raíz del cambio tecnológico; y unas instituciones que rindan cuentas a sus ciudadanos y hagan un uso eficaz de Internet para empoderarlos y prestarles servicios.

En este contexto, la participación en el ATI y el ATI ampliado puede ser uno de los factores que permitan la eliminación de obstáculos al acceso a Internet y puede tener un importante efecto catalizador de la difusión y adopción de la tecnología y la innovación, lo cual podría contribuir al logro del acceso universal y asequible a Internet.

Notes de n

- 1 Véase el capítulo 2.
- 2 Véase UIT (2016).
- 3 En el análisis económico y estadístico, quizás no esté totalmente claro qué es lo que abarca la economía digital, pero no cabe duda de que, en la era de la digitalización, la tecnología de la información y las comunicaciones, y especialmente Internet, de ne las características de la innovación en los servicios y da un nuevo impulso al comercio.
- 4 Fuente: http://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=1466&Sitemap_x0020_Taxonomy=UNCTAD%20Home:#2149;#UNCTAD
- 5 Véase Ahmed y Aldonas (2015).
- 6 Véase Ezell (2012a), página 4.
- 7 Véase Ezell y Wu (2017), página 13.
- 8 Véase Ahmed y Aldonas (2015), página 4.
- 9 Ezell (2012a) señala que, debido a que el uso de las TIC aporta mayores ventajas al crecimiento económico, los aranceles son especialmente perjudiciales cuando se aplican a ellas y obran en detrimento de los países que los imponen, pues elevan el costo de los productos y servicios de TIC y hacen que las empresas (y las personas) inviertan menos en estas tecnologías, lo cual reduce su productividad y, en el caso de los sectores que son objeto de comercio, su competitividad (página 6).
- 10 Véase Milne (2006).
- 11 Véase la publicación de la OMC y de la OCDE, La Ayuda para el Comercio en Síntesis 2017: Fomentar el comercio, la inclusión y la conectividad en favor del desarrollo sostenible, de próxima aparición.
- 12 UIT (2016), página 11.
- 13 Idem.
- 14 Alianza para una Internet Asequible (2017). El índice se calcula empleando dos puntuaciones independientes: la primera evalúa el despliegue de infraestructura y el marco normativo y reglamentario establecido para facilitarlo, y la segunda mide el acceso en función de la tasa de adopción de la banda ancha y las normas y los reglamentos destinados a promover el acceso.
- 15 Véase Alianza para una Internet Asequible (2016), página 15.
- 16 Véase Ezell y Atkinson (2010).
- 17 Véase Deloitte LLP y Facebook Inc. (2014).
- 18 Véase Deloitte LLP y Facebook Inc. (2014).
- 19 Véase <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2016.pdf>
- 20 Véase Ejercicio conjunto OCDE-OMC de vigilancia de la Ayuda para el Comercio de 2017, relato 3 de una experiencia concreta en el mundo académico y de las ONG, <http://www.oecd.org/aidfortrade/casestories/casestories-2017/CS-03-A4AI-Affordable-Internet-in-Ghana.pdf>.
- 21 De acuerdo con los objetivos de la Comisión sobre la Banda Ancha para el Desarrollo Digital de las Naciones Unidas, que en 2011 se jó el siguiente objetivo: “Para 2015, los servicios básicos de banda ancha se habrán vuelto asequibles en los países en desarrollo gracias a una reglamentación adecuada y a las fuerzas del mercado (de modo que supongan menos del 5% del ingreso mensual medio)”. Según informa la UIT en su publicación “Datos y cifras relativos a las TIC 2016” (<https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2016.pdf>), al término de 2015, 83 economías en desarrollo y 5 PMA habían logrado el objetivo de asequibilidad de la Comisión de la Banda Ancha, pero en la mayoría de las economías más pobres del mundo, la banda ancha seguía sin ser asequible.
- 22 Véase Ejercicio conjunto OCDE-OMC de vigilancia de la Ayuda para el Comercio de 2017, relato 5 de una experiencia concreta en el mundo académico y de las ONG, <http://www.oecd.org/aidfortrade/casestories/casestories-2017/CS%2005-A4AI-Affordable-Internet-in-Myanmar.pdf>
- 23 Véase UIT (2016), página 13.
- 24 Véase Banco Mundial (2016), página 16.
- 25 Observando con más detenimiento el uso e caz de los teléfonos móviles, la UIT (2016) demuestra que el número de usuarios de Internet sigue estando holgadamente por debajo del número de personas que tienen acceso a las redes, y 3.900 millones de personas de todo el mundo siguen sin estar conectadas.
- 26 <http://www.un.org/sustainabledevelopment/sustainable-development-goals/>
- 27 Véase la página 16.
- 28 Véase <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Documents/facts/ICTFactsFigures2016.pdf>
- 29 Véase Banco Mundial (2016), página 29.

Apéndice: Problemas y supuestos metodológicos

participantes hayan identificado todos los productos comprendidos en el ATI a nivel nacional o regional (una situación que complica considerablemente la posibilidad de hacer comparaciones y análisis del comercio y los aranceles NMF aplicados en los diferentes países).

Para complicar aún más los cálculos, algunos participantes tienden a usar el mismo código arancelario para un producto cuya designación varía a lo largo de los años, lo que hace muy laboriosas las comparaciones entre años diferentes. Otro problema particularmente difícil (y frecuente) en el análisis de los datos es cómo abordar aquellos casos en que un producto comprendido por el ATI abarca una o dos subcategorías de productos diferentes dentro de una misma subpartida del SA (que incluye productos no abarcados por el Acuerdo), pero el participante no las diferencia en su Nomenclatura nacional.

clasificación común de 18 productos del Apéndice B; la segunda, a la utilización del SA 2007 para la clasificación de otros 15 productos.⁴ Por lo tanto, de los 55 productos originalmente incluidos en el Apéndice B, solo 22 siguen careciendo de una clasificación común del SA que utilicen todos los participantes en el ATI. La mayoría de estos productos se refieren a partes y accesorios de productos comprendidos en el ATI, y especialmente a equipo para la fabricación de semiconductores y sus partes.

Aunque las dos decisiones adoptadas por el Comité del ATI ayudaron a simplificar los cálculos, seguía existiendo un problema respecto a esos 22 productos del Apéndice B que carecían de una clasificación común basada en el SA.

Bibliografía

Ahmed, U. y G. Aldonas (2015), "Addressing barriers to digital trade". E15Initiative. Ginebra: Centro Internacional para el Comercio y el Desarrollo Sostenible (ICTSD) y Foro Económico Mundial. Disponible en: www.e15initiative.org/

Alianza para una Internet Asequible (2017), 2017 Affordability Report, Alianza para una Internet Asequible. Disponible en: <http://a4ai.org/affordability-report/report/2017/>

Alianza para una Internet Asequible (2016), The 2015-16 Affordability Report, Alianza para una Internet Asequible. Disponible en: <http://a4ai.org/affordability-report/report/2015/>

Atkinson, R. D. et al. (2010), "The Internet Economy 25 Years After.com: Transforming Life and Commerce", Washington, D.C., Fundación para la Tecnología de la Información y la Innovación (ITIF). Disponible en: <http://www.itif.org/files/2010-25-years.pdf>

Atkinson, R. D. y D. Castro (2008), "Digital Quality of Life: Understanding the Benefits of the IT Revolution", Washington, D.C., Fundación para la Tecnología de la Información y la Innovación (ITIF). Disponible en: <https://itif.org/publications/2008/10/01/digital-quality-life-understanding-benefits-it-revolution>

Banco Mundial (2016), World Development Report 2016: Digital Dividends, Washington, D.C., Banco Mundial. Disponible en: <http://www.worldbank.org/en/publication/wdr2016>

Comisión de Comercio Internacional de los Estados Unidos (USITC) (2012), The Information Technology Agreement Advice and Information on the Proposed Expansion: Part 1, Washington, D.C., USITC. Disponible en: <https://www.usitc.gov/publications/332/pub4355.pdf>

Comisión Europea (2016), "The Expansion of the Information Technology Agreement: An Economic Assessment", Luxemburgo, Comisión Europea. Disponible en: http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2016/april/tradoc_154430.pdf

Deloitte LLP y Facebook Inc. (2014), "Value of Connectivity: Economic and Social Benefits of Expanding Internet Access". Disponible en: https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ie/Documents/TechnologyMediaCommunications/2014_uk_tmt_value_of_connectivity_deloitte_ireland.pdf

Ernst, D. (2013), "Is the Information Technology Agreement facilitating latecomer manufacturing and innovation? India"

Comis,zell, S. J013), 2a223The Inter037ts of ec

Para hacer un pedido, póngase en contacto con:
Publicaciones de la OMC
Organización Mundial del Comercio
154, rue de Lausanne
CH-1211 Ginebra 2
Teléfono: (41 22) 739 52 08
Correo electrónico: publications@wto.org
Librería en línea de la OMC:
<http://onlinebookshop.wto.org>

ISBN (impreso) 978-92-870-4552-2
ISBN (web) 978-92-870-4553-9
Impreso por la Secretaría de la OMC.
Publicación diseñada por Triptik.
Composición de la versión en español
por Hans Christian Weidmann.

© Organización Mundial del Comercio 2018.

Autores de las imágenes:
Portada: © Shutterstock/KKulikov
Página 4: © Shutterstock/Allstars
© Shutterstock/Scorpp
Page 5: © WTO
© Thinkstock/ipopba
© Thinkstock/Chad Baker
Página 6: © Thinkstock/JaCZhou
© Shutterstock/KKuliko
Página 7: © Thinkstock/Chad Baker

20 años del Acuerdo sobre Tecnología de la Información

Durante los últimos 20 años, el Acuerdo sobre Tecnología de la Información (ATI) ha ampliado el acceso mundial a los productos de alta tecnología, como los ordenadores, los teléfonos móviles y los semiconductores. También ha contribuido a la ampliación del acceso a Internet y al crecimiento de la economía digital, y ha creado nuevas oportunidades para las empresas y los particulares, tanto en las economías desarrolladas como en las economías en desarrollo.

El ATI, que se ultimó en la primera Conferencia Ministerial de la OMC, en 1996, obliga a sus participantes a eliminar los aranceles aplicados a una amplia gama de productos de tecnología de la información con un valor anual de aproximadamente 1,7 billones de dólares EE.UU. Para conmemorar el vigésimo aniversario del Acuerdo, en esta publicación se analizan los efectos del ATI en sus participantes y en el comercio mundial de productos de tecnología de la información. Asimismo, se demuestra cómo el Acuerdo no solo ha hecho que los productos de alta tecnología sean más asequibles, sino que también ha contribuido a promover la innovación y apoyar la integración de las economías en desarrollo en las redes de producción mundiales.

En la publicación también se examinan los nuevos acontecimientos, como el acuerdo histórico concluido en 2015 para eliminar los aranceles aplicables a 201 productos de tecnología de la información adicionales valorados en más de 1,3 billones de dólares EE.UU. al año. Por último, se hace hincapié en lo que queda por hacer para alcanzar el Objetivo de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas de proporcionar acceso universal y asequible a Internet para que la revolución digital reporte beneficios para todos.



Organización Mundial del Comercio
Rue de Lausanne 154
CH-1211 Ginebra 2
Suiza
Teléfono: +41 (0)22 739 51 11
enquiries@wto.org
publications@wto.org
Sitio web: www.wto.org