

Perspectivas Económicas

Volumen 5

Publicación electrónica del Departamento de Estado de Estados Unidos

Número 2

INTERNACIONALIZACION DEL COMERCIO ELECTRONICO

**Cerrando la
División Digital Mundial**

**Nuevas Reglas para el
Comercio Electrónico**

**Estrategias para
Contrarrestar los
Ataques Cibernéticos**

**Combatiendo
el Fraude
por la Internet**

**Desarrollo
de la Internet
en Polonia**



Mayo de 2000

PERSPECTIVAS ECONOMICAS

Internacionalización del Comercio Electrónico

DEPARTAMENTO DE ESTADO DE ESTADOS UNIDOS PUBLICACION ELECTRONICA VOLUMEN 5, NUMERO 2, MAYO DE 2000



Las innovaciones en las tecnologías de la información y las comunicaciones han creado una revolución digital que está cambiando la manera en que el mundo trabaja, aprende y hace negocios. Esta revolución ayuda a promover el crecimiento económico y el desarrollo social en todo el mundo. Las empresas usan la herramienta del comercio electrónico para aumentar la productividad, lograr acceso a mercados mundiales, reducir el tiempo que se requiere para desarrollar productos nuevos y establecer relaciones más estrechas con sus clientes. Algunos observadores estiman que para el 2003 el comercio electrónico mundial podría muy bien pasar de 1,8 billón de dólares.

La Internet y otras tecnologías nos ayudan también a enfrentar algunos de nuestros retos sociales más arduos. Nos ayudan a educar a nuestros hijos, a proteger nuestra salud y hacer que el gobierno sea más eficiente, responsable, participativo y transparente. En el fondo, la Internet y otras tecnologías nos ayudan a renovar nuestros valores más apreciados: elevar los niveles de vida, alfabetización y aprendizaje, mientras se ensancha el círculo de la democracia y se faculta más al individuo.

Desafortunadamente, no todos los países o comunidades participan plenamente en estos acontecimientos espectaculares. Debemos trabajar juntos para hacer realidad, para todos nuestros ciudadanos, el potencial de la Revolución Digital. Juntos, tenemos la oportunidad de crear "oportunidades digitales" en todo el mundo: mejorar el acceso a la tecnología de la información y las comunicaciones en regiones y comunidades que reciben un servicio inferior; llevar la enseñanza del siglo XXI a todos los rincones del mundo; llevar a las regiones donde hoy apenas si hay bastantes doctores los conceptos médicos más recientes; y crear redes que permitan a todas las empresas, no importa cuán pequeñas sean, mercaderar y vender productos directamente al mundo entero.

Sin embargo, esta visión no necesariamente se hará realidad por sí sola. Los gobiernos deben adoptar políticas apropiadas si quieren promover el crecimiento de la Internet. Tal vez la contribución más importante que pueden hacer es establecer condiciones que liberen el dinamismo, la tecnología y el capital del sector privado. Esto significa dejar que el sector privado marque el desarrollo de la Internet, evitar regulaciones innecesarias y adoptar regulaciones gubernamentales mínimas sólo donde sea necesario para proteger el interés público. Significa estimular la inversión privada, la competencia, el acceso abierto, las estructuras regulatorias flexibles y el servicio universal.

Las páginas siguientes de este periódico electrónico examinan con más detalle algunos de los principios, políticas y programas que promoverán mejor el comercio electrónico mundial y nos permitirán cosechar la totalidad de los beneficios sociales que ofrece la Internet. Creo que entre los principales retos que encaramos en el milenio por delante es crear las condiciones que desencadenen el poder de la Internet y permitan la Internet cumpla el potencial que encierra.

Les urjo a ustedes que se unan a mí para trabajar en dirección de esa meta.

Vice Presidente Al Gore

PERSPECTIVAS ECONOMICAS

Publicación electrónica del Departamento de Estado de Estados Unidos

CONTENIDO

INTERNACIONALIZACION DEL COMERCIO ELECTRONICO

□ ENFOQUE

MAXIMIZAR LAS OPORTUNIDADES DIGITALES INTERNACIONALES

7

Por Alan Larson, subsecretario de Estado para Asuntos Económicos, Empresariales y Agrícolas

El comercio electrónico y la Internet ofrecen a los países en desarrollo oportunidades sin precedente en los negocios, la educación y la salud. Estados Unidos trabaja con sus socios internacionales para garantizar que los países en desarrollo puedan compartir los beneficios de la economía mundial de información.

HACIA UNA ESTRUCTURA JURIDICA COMERCIAL UNIFORME PARA TRANSACCIONES ELECTRONICAS MUNDIALES

12

Por Andrew J. Pincus, asesor jurídico general del Departamento de Comercio de Estados Unidos

Hay cuatro medidas que cada país puede tomar para uniformar las transacciones internacionales de comercio electrónico y asegurarse de que su marco legal comercial esté listo para el comercio electrónico.

COMBATIR EL FRAUDE EN LA INTERNET: UN ESFUERZO MUNDIAL

16

Por Jodie Bernstein, directora de la Oficina de Protección del Consumidor, Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos

La abrumadora velocidad con que los clientes están adoptando la nueva tecnología del comercio electrónico — y la asombrosa tasa de cambio en la propia tecnología — son argumentos válidos para un estrategia internacional coordinada y de cooperación internacional para detener el fraude en la Internet.

□ COMENTARIO

NUEVA REGLAMENTACION MUNDIAL PARA EL COMERCIO ELECTRONICO: PROFUNDIZAR EL DIALOGO MAS ALLA DEL G-8

20

Por Carol Charles, directora adjunta, Comisión para la Infraestructura Mundial de la Información (GIIC)

Para que el comercio electrónico tenga éxito al nivel internacional, es imprescindible disponer de una estructura mundial que provea privacidad, solución de controversias a través de las fronteras y un código universal de comercio.

LA VULNERABILIDAD DE LA INTERNET

24

Por Stephen E. Cross, director del Instituto de Ingeniería de Programas de Computadora

Dada la facilidad con que se pueden duplicar los programas de computadora, la Internet es un criadero virtual de atacantes cibernéticos, que se aprovechan de la confianza injustificada de los usuarios en las redes.

EL DESARROLLO DE LA INTERNET EN POLONIA

28

Por Warren Clark, consultor, ex asesor principal de política sobre comunicaciones e información del Departamento de Estado de Estados Unidos

El elevado costo de acceso a la Internet es la mayor barrera al desarrollo del comercio electrónico en Polonia. La privatización del sistema de telecomunicaciones en Polonia permitiría la competencia y bajaría el costo de utilizar la Internet.

CASO DE ESTUDIO: AMAZON.COM
Ayudar para que los sitios de comercio electrónico logren éxito internacional **31**

Por Diego Piacentini, vicepresidente principal y gerente general de Amazon.com

Respetar las leyes locales, establecer una presencia estratégica en el país y brindar un servicio impecable a los clientes son las claves de la expansión internacional del comercio electrónico.

□ **HECHOS Y CIFRAS**

RED MUNDIAL DE TECNOLOGIA **35**

EL COMERCIO ELECTRONICO: UN ESFUERZO INTERNACIONAL **37**

LA INTERNET Y LOS DERECHOS DE ADUANA **40**

□ **RECURSOS DE INFORMACION**

CONTACTOS Y SITIOS EN LA INTERNET

Lista de sitios en la Internet con información sobre comercio electrónico (en inglés) **41**

BIBLIOGRAFIA, LECTURAS ADICIONALES

Libros, documentos, y artículos sobre comercio electrónico (en inglés) **43**

PERSPECTIVAS ECONOMICAS

Publicación electrónica del Departamento de Estado de Estados Unidos

Volumen 5, Número 2, Mayo de 2000

La Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de Estado de Estados Unidos ofrece productos y servicios que explican las políticas estadounidenses al público extranjero. La oficina publica cinco periódicos electrónicos que analizan los principales temas que Estados Unidos y la comunidad internacional encaran. Los periódicos — *Perspectivas económicas*, *Cuestiones mundiales*, *Temas de la democracia*, *Agenda de la Política exterior de Estados Unidos* y *Sociedad & valores estadounidenses* — ofrecen análisis, comentario e información de antecedentes en sus respectivas áreas temáticas. Todos los periódicos aparecen en versiones en francés, inglés y portugués; algunos temas seleccionados aparecen también en árabe, español y ruso.

Las opiniones expresadas en los periódicos no reflejan necesariamente los puntos de vista o políticas del gobierno de Estados Unidos. El Departamento de Estado de Estados Unidos no asume responsabilidad por el contenido y acceso constante a los sitios en la Internet relacionados con los periódicos electrónicos; tal responsabilidad recae totalmente en los proveedores. Los artículos pueden reproducirse y traducirse fuera de Estados Unidos, a menos que haya restricciones específicas de derechos de autor.

Los números actuales o atrasados de los periódicos pueden encontrarse en la página de la Oficina de Programas de Información Internacional del Departamento de Estado de Estados Unidos en la World Wide Web: <http://www.usinfo.state.gov/journals/jourspa.htm>. Están disponibles en varios formatos electrónicos para facilitar su lectura en la pantalla, transferencia, descarga e impresión. Se agradece cualquier comentario en la oficina local de la Embajada de Estados Unidos (Att: Sección Diplomacia Pública) o en las oficinas editoriales:

Editor, Economic Perspectives

IIP/T/ES

U.S. Department of State

301 4th Street, S.W.

Washington, D.C. 20547

United States of America

E-mail: cjecon@usia.gov

Directora	Judith Siegel
Editor	Jonathan Schaffer
Editor Gerente	Phillip Kurata
Editores Asociados	Wayne Hall
.	Kathleen Hug
Editores Colaboradores	Eileen Deegan
.	Merle Kellerhals
.	Martin Manning
.	Mildred Neely
.	Bruce Odessey
.	Warner Rose

Directora de Arte	Sylvia Scott
Diseño de portada	Sylvia Scott
Asesor Gráfico	Joseph Hockersmith
Junta Editorial	Howard Cincotta
.	Judith Siegel
.	Leonardo Williams

Departamento de Estado de Estados Unidos
Oficina de Programas de Información Internacional
Mayo 2000

□ MAXIMIZAR LAS OPORTUNIDADES DIGITALES INTERNACIONALES

Por Alan Larson, subsecretario de Estado para Asuntos Económicos, Empresariales y Agrícolas

El comercio electrónico y la Internet ofrecen a los países en desarrollo oportunidades sin precedente en materia de negocios, educación y atención de la salud, dice Alan Larson, subsecretario de Estado para Asuntos Económicos, Empresariales y Agrícolas. El gobierno de Estados Unidos ha diseñado numerosos programas para ayudar a los países en desarrollo a sacar partido de estas oportunidades, agrega.

Helen Mutono, una mujer de Uganda, usa la Internet para vender sus cestas africanas hechas a mano; gasta sus ganancias en ayudar a niños que han quedado huérfanos a causa del SIDA. En una carta al presidente Al Gore, dice la señora Mutono: "Para las abuelas y tías sobre las que recae la responsabilidad de cuidar a estos huérfanos, el acceso a la Internet puede ser la única manera de llegar al mercado mundial y lograr un ingreso real con sus artesanías".

Es evidente que la Internet encierra un enorme potencial para que los países en desarrollo amplíen empresas, creen empleos, mejoren los servicios sociales y aproximen entre sí a grupos diversos. Los participantes en la economía de la información mundial son testigos de un enorme aumento de las aplicaciones entre empresas, y entre empresas y consumidores, que permiten más opciones y mejor información, y mantienen los precios bajos y la calidad alta. Hay, evidentemente, beneficios futuros aún mayores que obtener, tanto en Estados Unidos como, en especial, en otros países. La Internet puede ayudar incluso a las pequeñas empresas a encontrar clientes y socios en todo el mundo y ayudar a los desempleados a encontrar empleo más rápidamente.

El presidente Bill Clinton ha dicho que la Internet "hará tanto como cualquier otro medio para reducir la desigualdad de ingresos" entre los países industrializados y en desarrollo.

Hay también numerosos beneficios sociales resultantes de las políticas que promueven la participación en la nueva

economía mundial de la información. La Internet ayuda a vincular grupos que tienen un interés común y pone a disposición de nuestros ciudadanos una vasta gama de información potencialmente útil. La tecnología de la información puede proveer beneficios educativos mediante los proyectos de enseñanza a distancia y las asociaciones entre escuelas. La Internet le puede proveer a la gente que vive en zonas pobres y remotas acceso a los mismos amplios recursos de conocimiento que tiene la gente en los lugares más prósperos. El cuidado de la salud puede beneficiarse radicalmente con los vínculos institucionales transnacionales al proveerles a los individuos acceso a recursos de información sobre salud en una variedad de temas sobre salud pública.

La tecnología de la información encierra también un potencial enorme para la preservación del patrimonio cultural y su difusión mundial, por ejemplo mediante las galerías "virtuales" de arte y las bibliotecas cibernéticas que guardan relatos orales y sonidos de la música tradicional. La Internet ayudará también a promover la propagación de la democracia y el respeto a los derechos humanos y a refrenar la corrupción al permitir los medios de establecer un gobierno transparente y el libre flujo de ideas e información.

Sin embargo, la "brecha digital" entre los países industrializados y en desarrollo es, desafortunadamente, inmensa y va en aumento. La mitad de las más de 300 millones de personas con acceso a la Internet viven en América del Norte. Entre tanto, en Medio Oriente, poco más de un millón de personas están en línea; esa cifra es de alrededor de dos millones en África. De modo notable, se informa que hay más usuarios de la Internet en Nueva York que en el continente africano.

Ayudar a los países en desarrollo a lograr una mayor prosperidad y desarrollo social es algo más que una expresión del altruismo estadounidense. La integración mundial permite que problemas como las enfermedades, los narcóticos, el crimen, la corrupción y la degradación

del ambiente nos afecten a nosotros, no importa dónde ocurra ello en este planeta. Pero la integración económica mundial — el flujo creciente de gente, bienes, servicios, conocimientos y capital — es también una herramienta que nos permite cooperar más rápidamente con mucha gente de todo el mundo y, potencialmente, ayudarla a mejorar su suerte.

LIBERAR EL POTENCIAL DE LA TECNOLOGIA DE LA INFORMACION

Estados Unidos reconoce la gravedad del abismo que ya se ha abierto ampliamente entre los países más ricos y más pobres. Reconoce también el potencial especial que ofrece la tecnología de la información para ayudar a estrechar esa brecha. En este sentido, el gobierno de Estados Unidos ha iniciado varios programas encaminados a ayudar a los países en desarrollo a sacar partido de las oportunidades que ofrece la economía mundial de la información. A continuación figuran algunos programas que Estados Unidos confía ayudarán a que la revolución de la información se arraigue en los países en desarrollo:

En Sudáfrica, la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) ofrece equipos de Internet a una asociación de entrenamiento en medicina de emergencia entre la Universidad de Howard de la ciudad de Washington y el hospital de la Universidad de Transkei. La asociación aumentará el entrenamiento médico de emergencia y mejorará la calidad del cuidado que presta el hospital de Transkei, que en sus salas de emergencia atiende al año 45.000 casos de pacientes con trauma.

En Uganda, USAID, en colaboración con el Banco Mundial, ha comenzado a instalar laboratorios de computadoras, acceso a la Internet y adiestramiento de maestros en docenas de escuelas e institutos de adiestramiento de maestros que llegarán a más de 7.000 estudiantes al año. USAID provee también computadoras, conexiones con la Internet y entrenamiento para vincular una organización de mujeres profesionales con sede en Kampala con la organización de la Asociación de Mujeres en el norte de Uganda, para facilitar intercambio de información sobre salud, desarrollo de empresas y educación. La Comisión Federal de Comunicaciones de Estados Unidos (FCC) opera por separado un programa de tecnología de la información con la Comisión de Comunicaciones de Uganda.

En Bulgaria, el Cuerpo de Tecnología Mundial del Departamento de Estado de Estados Unidos (GTC) envió a Sofía un experto estadounidense en telecomunicaciones en misión voluntaria para asesorar a la Alianza Búlgara de la Internet para el Desarrollo Económico, el principal organismo de formulación de políticas de telecomunicaciones en Bulgaria. El voluntario aceptó luego una invitación para unirse al comité timón de la alianza y continúa asesorándolo y ayudándolo.

En Guatemala, la embajada de Estados Unidos trabaja para establecer un servicio de mercadeo basado en la Internet para una cooperativa indígena que produce artesanías. El GTC ha completado un estudio de factibilidad empresarial. Está en preparación un plan empresarial final.

En Jamaica, USAID ayuda al gobierno para permitir la entrada de dos compañías celulares que puedan operar en Jamaica — lo que opondrá competencia al actual monopolio — cosa que debería reducir los costos de las telecomunicaciones en el país. USAID ayudará también a redactar nuevamente la Ley de Telecomunicaciones de Jamaica, para desarrollar una nueva estructura reguladora y adiestramiento gerencial.

En Egipto, la embajada de Estados Unidos opera seminarios sobre procesamiento de pagos en línea para ayudar a aumentar el uso del comercio electrónico.

Pero los programas individuales no bastan para iniciar el cambio tecnológico en el mundo en desarrollo. Los gobiernos de América Latina, Asia, Africa, Medio Oriente y otras partes deben, en la mayoría de los casos, emprender reformas de política fundamentales, con la colaboración, cuando sea posible, de instituciones internacionales financieras y de desarrollo, si quieren aprovechar a plenitud los beneficios de la economía de la información mundial.

PRERREQUISITOS DE LA REVOLUCION DE LA INFORMACION

Un país en desarrollo que desee compartir plenamente los beneficios de la economía de la información mundial debe promover una política y un ambiente regulador conducentes al desarrollo de la tecnología de la información. Esto incluye cinco elementos claves: (1) política de telecomunicaciones y ambiente regulador liberalizados y favorables a la competitividad; (2) estructura física suficiente para explotar el poder de las

comunicaciones de la Internet; (3) empresarios educados, trabajadores dotados de conocimientos y encargados de formular políticas; (4) aplicaciones en la Internet que correspondan a las necesidades y condiciones del mundo en desarrollo; y (5) liberalización de los sectores relacionados.

Nuestra experiencia de años recientes nos ha dado varias lecciones importantes acerca de cómo fomentar el desarrollo de la Internet y el comercio electrónico. En primer lugar, si el ambiente de las políticas de telecomunicaciones de una nación es favorable, el sector privado responderá positivamente. En Estados Unidos y en otras partes hemos visto que un régimen liberalizado, favorable a la competitividad es clave para atraer inversiones privadas a largo plazo y estimular el desarrollo de servicios de comunicaciones al accesibles y alcance del público. Segundo, las inversiones de la comunidad internacional con un fin especial y los proyectos claves de infraestructura pueden acelerar considerablemente el desarrollo. Tales proyectos deberían atender tanto las limitaciones técnicas (ej., posibilidad de establecer conexiones) como humanas (ej., educación técnica) del mundo en desarrollo. Tercero, las instituciones y gobiernos de las naciones en desarrollo alcanzarán el éxito sólo mediante un pensamiento estratégico para trazar un camino y un plan claros para llegar a metas bien definidas.

Cuarto, el potencial enorme de la economía de la información mundial y el comercio electrónico seguirá incompleto mientras los gobiernos no eliminen las barreras logísticas, a menudo severas, no sólo en el sector de telecomunicaciones sino también en los del transporte, aduanas y servicio de entregas. Las reformas de las telecomunicaciones hacen que sea más barato entrar y mantenerse en línea. Pero los regímenes de transporte deben liberalizarse, con acuerdos de cielos abiertos y otras reformas, para hacer más fácil y barato enviar de un país a otro mercancías ordenadas electrónicamente.

Las mercancías deben circular rápidamente y de modo predecible a través del proceso aduanero. El movimiento eficiente de mercancías a través de las aduanas — según esquemas arancelarios predecibles — es esencial para lograr la entrega "a tiempo" — ahorrando costos — de repuestos, componentes y productos terminados. Finalmente, los regímenes de servicio de entregas deben reformarse para permitir que las mercancías recorran rápidamente y a bajo costo la "distancia final" entre el puerto de entrada y la puerta del cliente. Un enfoque

integral que se ocupe de los cuatro sectores en conjunto generará sinergias esenciales y ayudará a preparar plenamente a un país para participar en la economía de la información mundial.

LA INICIATIVA IED

En un gesto que refleja la importancia que el gobierno de Estados Unidos le concede a cerrar la brecha digital internacional, el presidente Clinton emitió en noviembre de 1998 una directiva que requiere de la secretaria de Estado que coordine con otras agencias gubernamentales una iniciativa que estimula la Internet y el comercio electrónico en los países en desarrollo. La iniciativa de la Internet para el Desarrollo Económico (IED), coordinada por la Oficina de Asuntos Económicos y Empresariales del Departamento de Estado, busca facultar a los países en desarrollo para que usen la Internet para inyectar energía a sus economías, ganar acceso al conocimiento que puede mejorar los niveles de vida y fomentar el libre flujo de las ideas.

El Departamento de Estado, la FCC, el Departamento de Comercio y otras agencias trabajan con los gobiernos anfitriones, organizaciones multilaterales y sector privado para llevar a cabo proyectos específicos que respondan a las necesidades específicas de los países participantes. La iniciativa involucró inicialmente a 12 países, que el vicepresidente Gore anunció en junio de 1999. Estos países, que se seleccionaron de acuerdo con su dedicación y capacidad de aplicar los cuatro elementos claves identificados más arriba, son Guatemala, Haití, Jamaica, Bulgaria, Egipto, Marruecos, Ghana, Guinea, Uganda, Sudáfrica, Mozambique e India. Otros países en desarrollo han expresado su deseo de unirse a la iniciativa, y la administración Clinton espera poder ampliar el programa.

En el Departamento de Estado, la Oficina de Programas de Información Internacional estableció a mediados de 1999 el Cuerpo de Tecnología Mundial (GTC) para formar asociaciones entre los sectores público y privado, dedicadas a cerrar la brecha digital internacional. El GTC colabora con compañías, individuos y organizaciones dispuestos a ofrecer voluntariamente su tiempo, pericia y recursos para ayudar a difundir los beneficios de la tecnología de la información en todo el mundo. Las actividades del GTC en los países de la iniciativa IED han incluido el apoyo voluntario a un proyecto de microcomercio electrónico en Guatemala, un viaje que hizo voluntariamente a Jamaica el fundador de una bien

conocida compañía de comercio electrónico para sostener discusiones sobre ese tipo de comercio con funcionarios y empresarios locales. En Sudáfrica, el GTC planea para mediados de 2000 un seminario sobre periodismo televisado para presentarles a estudiantes universitarios las técnicas más recientes para usar cámaras de televisión digitales, que produzcan vídeos de calidad similar a los que actualmente transmiten la televisión, a un costo que llega a una pequeña fracción del tradicional.

USAID ha provisto la gran mayoría de los fondos que se requieren para los programas de la iniciativa IED. USAID cuenta con unas 90 misiones, y virtualmente cada una de ellas tiene un proyecto que usa la Internet para alcanzar objetivos de desarrollo. El total de los fondos dedicados a IED en el año fiscal 1998-99 llegó a unos 12 millones de dólares; debería llegar a cerca de 15 millones en el año fiscal 2000. Los ejemplos de programas específicos de la iniciativa IED desglosados por país incluyen un programa de 1 millón de dólares para la Expansión de Tecnología de Información Rural en India; un programa de tecnología de la información (IT) de 1 millón de dólares en Bulgaria; un programa de 2,2 millones de dólares de IT y crecimiento económico en Egipto; un programa de reforma de las telecomunicaciones en Jamaica; un programa de adiestramiento de maestros basado en computadoras en Marruecos; telecentros comunitarios en Guatemala; apoyo a los proveedores privados de servicios de Internet en Haití; un seminario regional sobre política de comercio electrónico en el sur de África; y una iniciativa en Jamaica para conectar los hospitales del país con el fin de ayudar al intercambio de información, especialmente la relativa a las enfermedades infecciosas.

USAID lleva también a la práctica la Iniciativa Leland, programa de 15 millones de dólares iniciado en 1996 en cooperación con el Departamento de Estado para mejorar las conexiones de la Internet en 21 países africanos. Este programa lleva el nombre del desaparecido Mickey Leland, congresista estadounidense que trabajó para aliviar la pobreza en África. La Iniciativa Leland promueve la reforma de políticas, ayuda a construir la infraestructura necesaria y labora para aumentar la capacidad de los países africanos de usar la IT en apoyo del desarrollo. Los seis países africanos de la iniciativa de la IED pertenecen también a la Iniciativa Leland. Ejemplos de programas Leland/IED incluyen el entrenamiento de funcionarios locales de Ghana en uso de la Internet; la extensión a ciudades secundarias de Guinea y Mozambique del acceso de alta velocidad a la

Internet; y (con la FCC) la cooperación en regulación de telecomunicaciones con Uganda, Ghana y Sudáfrica.

La FCC contribuye a la iniciativa de la IED a través de la Iniciativa de Desarrollo de William Kennard, presidente del directorio de la agencia. Ese esfuerzo, que se anunció en junio de 1999, provee política de telecomunicaciones y ayuda reguladora a países en desarrollo que procuran alcanzar y mantener su lugar en la sociedad de la información mundial. La FCC trabaja con los países en desarrollo para establecer agencias reguladoras independientes equipadas para facilitar el servicio universal a través de la competencia, liberalización, privatización y transparencia — metas que son parte del Acuerdo Básico de Servicios de Telecomunicaciones de la Organización Mundial del Comercio. Ese acuerdo es histórico porque, por primera vez, la comunidad internacional concordó con los principios de liberalización que han conducido a precios mucho más bajos y servicios mucho mejores.

Hasta hoy, los esfuerzos desarrollados de acuerdo con la Iniciativa de Desarrollo Kennard se han concentrado en África y América Latina. Al reconocer que la demanda de información y guía en materia de telecomunicaciones excede de lejos sus recursos, la FCC ha publicado "Conectar el Mundo: Guía del Regulador para Crear la Comunidad de Información Mundial", de la cual es posible obtener un ejemplar en el sitio de la FCC en la Internet, <http://www.fcc.gov>. Este manual pone de relieve los principales problemas que encaran los reguladores de las telecomunicaciones en todo el mundo.

Los expertos del Departamento de Comercio han enseñado en seminarios sobre comercio electrónico en África y otros lugares. Funcionarios del Departamento de Comercio participan activamente en reuniones y discusiones internacionales sobre temas relacionados con el gobierno de la Internet. El departamento ha sostenido también reuniones cumbres sobre telecomunicaciones, entre ellas una Cumbre de Telecomunicaciones en América Latina y una Cumbre de Telecomunicaciones China-Estados Unidos. Estas conferencias sobre política están concebidas para reunir a líderes del gobierno y la industria para que discutan nuevas tecnologías y políticas a favor de la competitividad que promueven el acceso a la tecnología de la información y su uso.

Para incrementar los esfuerzos para cerrar la brecha digital internacional mediante modelos destinados a programas

similares en el extranjero, se usan donaciones a beneficiarios estadounidenses hechas de acuerdo con el Programa de Oportunidades en Tecnología de la Administración Nacional de Telecomunicaciones e Información (TOP). Por ejemplo, los programas de redes comunitarias, educativos y de salud y bienestar pueden vincularse con esfuerzos paralelos de instituciones y comunidades del extranjero. El TOP ha facilitado ya un proyecto conjunto entre uno de sus donantes de redes comunitarias y un proyecto internacional en México (que financia el Banco Mundial).

EL FUTURO

Estados Unidos se ha comprometido a ayudar a los países en desarrollo a tomar las medidas necesarias para que tales países compartan plenamente los beneficios de la economía de información mundial, y procura, al hacerlo, formar sociedades con otros gobiernos y el sector privado.

Ningún gobierno, compañía, organización o individuo puede satisfacer de modo efectivo todas las necesidades del mundo en desarrollo en materia de política, regulación y ayuda técnica en el terreno de la tecnología de la información. Pero, al colaborar con nuestros socios internacionales podemos hacer una contribución importante para ayudar a que los países en desarrollo den los pasos necesarios para compartir los beneficios de la economía de la información mundial.

Aguardamos con interés trabajar con nuestros socios internacionales para ayudar a los países en desarrollo a sacar partido total de las tremendas oportunidades que ofrece la tecnología de la información. □

❑ HACIA UNA ESTRUCTURA JURIDICA COMERCIAL UNIFORME PARA TRANSACCIONES ELECTRONICAS MUNDIALES

Por Andrew J. Pincus, asesor jurídico del Departamento de Comercio de Estados Unidos

Una estructura viable para el comercio electrónico requiere la eliminación de las barreras basadas en documentos escritos, como "documentos" y "originales" y la adopción de medios electrónicos para celebrar contratos legalmente válidos, afirma Andrew J. Pincus. El consejero general del Departamento de Comercio presenta cuatro medidas que se deben adoptar para sentar las bases de las transacciones internacionales de comercio electrónico.

Cuando el presidente Bill Clinton y el vicepresidente Al Gore hicieron pública una estructura para el comercio electrónico mundial, en julio de 1997, observaron que muchas empresas y consumidores todavía se mostraban reacios a realizar negocios de envergadura a través de la Internet por la falta de un ambiente jurídico confiable que regulase las transacciones. Dentro la labor de la administración Clinton en el sector del comercio electrónico, el presidente ordenó al secretario de Comercio William Daley trabajar con el sector privado, gobiernos estatales y locales y gobiernos extranjeros en apoyo del establecimiento en los planos nacional e internacional de una estructura jurídica comercial uniforme que reconozca, facilite y haga cumplir las leyes para las transacciones electrónicas en todo el mundo.

La estructura identificó varios principios fundamentales que se deben seguir para elaborar normas jurídicas aplicables en este sector:

- Las partes deben gozar de libertad plena para establecer entre ellas la relación contractual que estimen oportuna.
- Las normas deben ser tecnológicamente neutrales (es decir, no exigir ni dar por sentado el uso de una tecnología determinada) y orientadas hacia el futuro (es decir, que no deben ser un obstáculo al uso o creación de nuevas tecnologías en el futuro).
- Las normas deben ser tecnológicamente neutrales (es decir, no exigir ni dar por sentado el uso de una tecnología determinada) y orientadas hacia el futuro (es

decir, que no deben ser un obstáculo al uso o creación de nuevas tecnologías en el futuro).

- En el proceso debe participar el sector comercial de alta tecnología así como las empresas que todavía no se han incorporado al mercado electrónico.

Sobre la base de estos principios fundamentales y tras haber dado la debida consideración a los estudios y la experiencia en estas cuestiones, el gobierno ha identificado cuatro medidas básicas que pueden adoptar todos los países para asegurarse una estructura jurídica comercial capaz de hacer frente a las transacciones electrónicas mundiales. La mayoría de los gobiernos están interesados en adoptar estas medidas porque facilitan la participación de las industrias nacionales en transacciones electrónicas entre países. Además, la incorporación generalizada de estos cuatro elementos básicos en la legislación nacional contribuirá al establecimiento de una estructura jurídica comercial mundial que promoverá las transacciones electrónicas.

MEDIDA 1: ELIMINAR BARRERAS LEGALES BASADAS EN DOCUMENTOS ESCRITOS QUE SE OPOEN A LAS TRANSACCIONES ELECTRONICAS Y APLICACION DE DISPOSICIONES PERTINENTES EN LEY MODELO CNUDMI DE 1996

En 1996, la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI) adoptó una ley modelo de comercio electrónico. La ley modelo refleja un amplio consenso internacional de que con frecuencia la comunicación de datos de interés legal en forma electrónica se ve entorpecida por los obstáculos legales que se oponen al uso de dichos datos o por la incertidumbre de su efecto o validez legal. Por ejemplo, muchos sistemas jurídicos exigen documentos escritos, originales y otros tipos de documentación similar en papel. En la medida en que estos requisitos no se pueden satisfacer con la documentación y los datos electrónicos, constituyen un obstáculo real al desarrollo de las

transacciones electrónicas y se conocen como barreras legales al comercio electrónico basadas en papel. Las disposiciones de habilitación de la ley modelo, en particular los artículos 5 al 11, ofrecen una orientación para modificar esas barreras legales a las transacciones comerciales electrónicas.

En Estados Unidos las normas jurídicas que regulan los contratos y las transacciones comerciales las establecen tradicionalmente los gobiernos estatales a través de una organización de expertos legales conocida como Conferencia Nacional de Comisionados para la Uniformidad de Leyes Estatales (NCCUSL). En julio de 1999 NCCUSL aprobó la Ley Uniforme para Transacciones Electrónicas (UETA) y la envió a los gobiernos estatales para su adopción. Esta ley, resultado de varios años de estudio por NCCUSL, se basa en el consenso internacional establecido por la Ley modelo y contiene disposiciones concretas que pueden aplicar los estados para eliminar las barreras que suponen los requisitos referentes a la documentación en papel para las transacciones electrónicas. UETA puede ser un excelente modelo para los países que deseen aplicar las disposiciones de habilitación de la ley modelo.

La ley UETA tiene varias características dignas de atención. Primero, es una ley minimalista que prevé el reconocimiento de registros electrónicos, firmas electrónicas y otros tipos de documentación electrónica, sin establecer beneficios de ninguna clase para ningún tipo de tecnología o método. Como resultado de este y otros factores, UETA seguirá siendo un instrumento flexible, duradero y apropiado para las transacciones electrónicas durante bastante tiempo.

Al mismo tiempo, por razones de interés público, la NCCUSL decidió que la UETA no se aplicara a testamentos, fideicomisos y otros documentos similares. Además, incluyó en la UETA una disposición que insta a los estados a considerar si deben excluir otras leyes que influyan en cuestiones importantes de interés público, tales como las relativas a transacciones inmobiliarias, poderes (incluidos los relativos a la atención de salud y cuidados prolongados) y determinados requisitos de protección del consumidor. Estas disposiciones demuestran que los gobiernos deben revisar las barreras basadas en papel de manera deliberada y meticulosa para no crear problemas que afecten al interés público y la protección al consumidor.

Según los cálculos más optimistas, tendrán que pasar varios años antes que la UETA sea promulgada por los 50 estados. Mientras tanto, para eliminar la incertidumbre sobre la condición jurídica de las transacciones electrónicas, el gobierno ha apoyado leyes federales que aseguren el cumplimiento obligatorio de contratos y firmas en forma electrónica. Una medida análoga aprobada por la Cámara de Representantes contiene, además, disposiciones que permiten a las partes en una transacción presentar notificaciones y declaraciones necesarias en forma electrónica y satisfacer los requisitos de registros con documentos electrónicos. El gobierno estima importante revisar las leyes que exigen documentación en papel para no impedir que se realicen transacciones por vía electrónica, pero estas revisiones deben asegurar una protección equivalente al interés público en el entorno electrónico. El gobierno está trabajando con el Congreso para redactar legislación que satisfaga estos criterios.

MEDIDA 2: REAFIRMAR LOS DERECHOS DE LAS PARTES A DECIDIR MEDIOS TECNOLOGICOS APROPIADOS PARA AUTENTIFICAR SUS TRANSACCIONES

Las otras dos medidas que debe adoptar un país para adecuar su estructura jurídica a las transacciones electrónicas tienen que ver, sobre todo, con la autenticación electrónica. Este procedimiento se refiere a los medios por los que una parte en una transacción electrónica puede indicar su acuerdo con las condiciones del contrato, demostrar su identidad o realizar otras funciones afines.

Actualmente existen diversas técnicas de autenticación que se pueden usar. Por ejemplo, una parte puede escribir su nombre al final de un mensaje electrónico que contenga los términos del acuerdo. Puede terminar un mensaje con una clave convenida de antemano o con un ejemplar facsímil electrónico de su propia firma, creada con su uso personal de una pluma electrónica. También puede firmar el mensaje mediante alguna tecnología digital o biométrica. Estos métodos de autenticación están evolucionando rápidamente y no hay duda de que surgirán otros nuevos.

Prácticas comerciales actuales: Cuando se inició la era del comercio electrónico, algunos observadores imaginaron un mundo en el que cada cual tendría su identificador digital personal, en un formato universalmente reconocido, para autenticar sus

transacciones electrónicas. Todo el mundo podría navegar por Internet y llevar a cabo transacciones con cualquiera que se encuentre, confiando en que el identificador digital de la otra persona constituya un medio legalmente válido para identificarla en caso que la transacción acabase en los tribunales. Aunque en el futuro es posible que se den el mercado y la infraestructura necesarios para este tipo de sistema integral e instantáneo de autenticación, de momento no existe nada parecido y no es probable que lo veamos en el futuro próximo. Más bien, la mayor parte de las operaciones de autenticación electrónica se realizan actualmente en sistemas cerrados.

Se trata de arreglos en los que las partes ya tienen alguna relación y llevan a cabo transacciones electrónicas con arreglo a un sistema de autenticación establecido de mutuo acuerdo. Diversas variaciones de este modelo se aplican en sectores que van desde la industria fabril a servicios bancarios y financieros, donde las partes comerciales establecen el método tecnológico que van a utilizar, junto con las normas de funcionamiento, asignación de riesgo y solución de controversias. Por ejemplo, en el sector fabril, los tres principales fabricantes de automóviles de Estados Unidos están organizando un sistema mundial para involucrar en el diseño y fabricación del producto a más de 15.000 proveedores establecidos por todo el mundo.

Dos modelos jurídicos distintos: En la escena internacional se están elaborando al menos dos sistemas distintos de modelos jurídicos de autenticación electrónica. El primero, representado por UETA y el modelo CNUDMI, elimina las barreras a los acuerdos electrónicos y las firmas electrónicas sin otorgar condición jurídica especial a ningún tipo de autenticación.

El segundo entraña un grado mayor de reglamentación gubernamental. Con arreglo a este modelo, un gobierno establece una preferencia por uno o más tipos de autenticación electrónica mediante la imposición de determinados requisitos técnicos en relación con las firmas electrónicas, lo que a menudo constituye presunción legal de la obligatoriedad de los contratos electrónicos firmados con arreglo al método indicado. Nosotros hemos podido comprobar que no es necesario promulgar estas leyes detalladas, ya que la mayoría de las autenticaciones se llevan a cabo en sistemas cerrados. Además, su promulgación podría ser incluso perjudicial si hace dudar de la validez y aceptabilidad legal de los sistemas cerrados que utilizan distintas tecnologías o métodos.

La decisión crítica — Reconocer y hacer valer los sistemas cerrados: dado el predominio de los sistemas cerrados en el mercado mundial actual, una medida crítica que deberían adoptar los gobiernos en este momento para desbloquear las transacciones entre países consiste, sencillamente, en garantizar que sus estructuras jurídicas comerciales reconozcan y hagan valer los sistemas cerrados. Los países que adopten leyes minimalistas similares a la UETA, lo más probable es que no necesiten adoptar disposiciones adicionales separadas para lograrlo. En cambio, los que adopten leyes detalladas por las que se otorguen beneficios especiales a determinados métodos deben promulgar cláusulas separadas que reconozcan expresamente y hagan valer los sistemas cerrados. De otro modo, esas leyes detalladas podrían sembrar la duda en cuanto a la validez de cualquier sistema cerrado que no utilice el método establecido por la ley.

MEDIDA 3: GARANTIZAR A TODAS LAS PARTES LA POSIBILIDAD DE DEFENDER UN SISTEMA DE AUTENTICACION EN LOS TRIBUNALES

En muchas jurisdicciones existen reglamentos para la admisibilidad de pruebas en los tribunales. Con frecuencia constituyen una categoría aparte de los que regulan la concertación y validez de los contratos. Es importante que los países revisen estos reglamentos de admisibilidad de pruebas para asegurar que una parte en un sistema cerrado tenga la oportunidad de demostrar ante los tribunales que su sistema ha producido realmente un acuerdo legalmente obligatorio. De otro modo, incluso cuando el sistema sea válido con arreglo a la ley general de contratos, podría ser ineficaz al tener vedado el acceso a los tribunales.”

MEDIDA 4: OTORGAR A LAS TECNOLOGIAS Y PROVEEDORES DE SERVICIOS DE AUTENTICACION DE OTROS PAISES UN TRATO NO DISCRIMINATORIO

La mayoría de los países convendrán en que los regímenes jurídicos que regulan la autenticación electrónica no deben discriminar a los proveedores extranjeros de servicios. Para los países que adopten una estructura jurídica minimalista del tipo de la UETA y la Ley modelo, esto probablemente no será un problema. En cambio, los que opten por leyes detalladas tienen que tener cuidado en no establecer regímenes jurídicos que favorezcan a los proveedores nacionales de servicios o a

determinados proveedores extranjeros. Entre otras cosas, esas leyes pueden tener el efecto imprevisto de impedir la plena participación de los usuarios nacionales de autenticación en transacciones con otros países.

APOYO INTERNACIONAL A ESTOS PRINCIPIOS

El método presentado en este artículo ha sido utilizado y aprobado en una variedad de contextos multilaterales y bilaterales. En octubre de 1998, los ministros de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo aprobaron una declaración sobre la autenticación para el comercio electrónico en la que se afirmaban estos principios. Asimismo, el Diálogo Mundial Empresarial para Comercio Electrónico, iniciativa mundial del sector privado, presentó recientemente una recomendación a los gobiernos que apuesta decididamente por este método. Además, el gobierno hizo declaraciones conjuntas en que se afirman estos principios con varios de sus principales socios comerciales, entre ellos Francia, Japón, Corea, Irlanda, Australia, Chile, Egipto y Reino Unido.

El método expuesto en este artículo representa el mejor medio de derribar las barreras jurídicas comerciales a las transacciones electrónicas. Nos será grato continuar trabajando con todos los países que establezcan y apliquen una estructura jurídica comercial uniforme que reconozca, facilite y haga cumplir la ley con las transacciones electrónicas. □

❑ COMBATIR EL FRAUDE EN LA INTERNET: UN ESFUERZO MUNDIAL

Por Jodie Bernstein, directora de la Oficina de Protección del Consumidor, Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos

Bernstein escribe que para detener el fraude por la Internet a través de las fronteras es necesario que las autoridades policiales internacionales actúen con niveles de cooperación sin precedentes. Agrega que la vigilancia de los sitios web por grupos de consumidores favorece la capacidad policial.

La creciente globalización del mercado electrónico ofrece oportunidades casi inimaginables a las empresas y a los consumidores en lo que respecta a acceso y selección. Pero también presenta más riesgos. Las mismas cualidades que hacen tan atractiva a la Internet para las empresas legítimas, también la hacen terreno fértil para los estafadores que seleccionan como víctimas a clientes desde Joliet, en el estado norteamericano de Illinois, hasta Jaipur, en la India. Les da la oportunidad a los timadores de aparecer súbitamente, defraudar rápidamente a los consumidores, y desaparecer sin revelar su verdadera identidad o ubicación. Para detenerlos es necesario que las autoridades policiales actúen con la misma rapidez, y que funcionen en un ambiente de cooperación sin precedentes.

Las dificultades de los funcionarios policiales son enormes. Por ejemplo, puede ser difícil rastrear y detener a los timadores internacionales, y puede ser difícil satisfacer las demandas de los consumidores. Pero hay varias iniciativas nuevas que están ayudando a establecer la cooperación internacional necesaria para hacerle frente al fraude en la Internet, y últimamente asegurar que los consumidores desarrollen la confianza en el mercado electrónico mundial que hace falta para que logre su verdadero potencial. El liderazgo de la Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos (FTC) en la aplicación de la ley, el uso de tecnología y la elaboración de políticas deberían contribuir de manera importante para aumentar la confianza del consumidor en el mercado en línea.

APLICACION DE LAS LEYES

La FTC actúa contra negocios electrónicos extranjeros fraudulentos y engañosos que perjudican a los consumidores estadounidenses. La Ley de la FTC otorga a la FTC jurisdicción sobre actos "en el comercio o que lo

afecten" y define "comercio" para incluir "comercio con otras naciones". La ley también concede a la FTC autoridad específica para investigar prácticas que "podrían afectar el comercio exterior de Estados Unidos". El ejercicio de jurisdicción extraterritorial plantea una serie de dificultades para localizar acusados, notificarles de que el gobierno ha iniciado una querrela contra ellos, buscar pruebas y hacer cumplir los fallos judiciales.

La cooperación policial con nuestros colegas extranjeros es de importancia crítica en nuestros esfuerzos para atender los desafíos del fraude en la Internet a través de las fronteras. La FTC fue uno de los miembros fundadores — y es su presidente elegido — de la Red de Supervisión de Comercialización Internacional (IMSN), una organización de ocho años a la que pertenecen las autoridades de protección del consumidor y de aplicación de leyes sobre prácticas comerciales de más de dos decenas de países, incluso la mayor parte de los miembros del Grupo de los Ocho (G-8) países industrializados principales. Para fomentar la cooperación y la comunicación entre los organismos policiales internacionales, la FTC ha desarrollado el sitio en la web www.imsnricc.org, que incluye información de contactos en los países miembros, enlaces con sus sitios web y una sección protegida por contraseña con información sobre asuntos actuales de protección del consumidor y aplicación de la ley a través de las fronteras.

Al mismo tiempo, la FTC está trabajando con funcionarios policiales de todo el mundo sobre acciones específicas de aplicación de la ley. Por ejemplo, en el juicio FTC vs. Carlos Pereira, la comisión obtuvo órdenes de prohibición contra los acusados en Australia y Portugal que habían incurrido en una conspiración por la Internet en gran escala para "capturar" 25 millones de sitios web en todo el mundo y desviar a consumidores desprevenidos de las búsquedas de web que deseaban hacer para enlazarlos con sitios web pornográficos. Con la ayuda de autoridades policiales de Australia que hicieron cumplir las órdenes judiciales de allanamiento, pudimos obtener una orden permanente de prohibición de las prácticas fraudulentas y la revocación de los registros de dominio de nombre de los estafadores.

Cuando se descubren conspiraciones para estafar y se aplican acciones policiales, la FTC procura compensación para todos los consumidores afectados, no importa donde vivan. Hasta la fecha, en más de 100 casos relacionados con la Internet, la comisión ha obtenido órdenes de prohibición para detener confabulaciones ilegales, cobró más de 20 millones de dólares para compensar a víctimas, y congeló otros 65 millones de dólares en casos pendientes. Por ejemplo, en *FTC vs. Fortuna Alliance*, la FTC recuperó más de 1.200.000 dólares en beneficio de 3.947 consumidores ubicados en 70 países que habían sido afectados por una compañía que perpetró una estafa de estilo piramidal. En efecto, nuestras acciones policiales han impedido perjuicios a los consumidores a causa de estafas por la Internet con ventas anuales estimadas en más de 250 millones de dólares.

USO DE LA TECNOLOGIA

La misma tecnología que usan los estafadores en la Internet resulta valiosísima para las autoridades policiales internacionales que tienen la tarea de rastrear a los defraudadores y detener sus actividades. La FTC ha organizado "días de pesca" internacionales, eventos que permiten a los organismos policiales y a los grupos de consumidores navegar por la Internet en busca de un tipo particular de estafa en un momento particular, para determinar las acciones policiales a desarrollar. Luego de esas "pescas", la FTC envía "mensajes electrónicos de advertencia" a los infractores, notificándoles que sus sitios podrían estar violando las leyes de los países asociados y que podrían iniciarse acciones legales si los sitios no son modificados o desmantelados.

La "pesca" más reciente de la FTC, *GetRichQuick.com* (hágase rico rápido), atrajo representantes de 150 organizaciones en 28 países en la acción policial internacional más grande hasta la fecha para combatir estafas piramidales por la Internet, confabulaciones basadas en oportunidades de negocios e inversiones, timos de trabajo en el hogar y engañosas promociones de comercio bursátil. La FTC reclutó decenas de organizaciones internacionales, incluso al *Forbrukerombudet* (defensor del consumidor de Noruega), el Instituto Brasileño de Defensa del Consumidor, la Comisión Australiana de la Competencia y el Consumidor, el Consejo del Consumidor de Hong Kong, el ministerio de Comercio e Industria Internacional de Japón, y *Consumers International*, para participar en la "pesca" con numerosos organismos federales estadounidenses, 49 asociados locales y estatales

de protección del consumidor, y 39 oficinas diferentes de *Better Business Bureaus* (Oficinas de Mejores Negocios). El resultado: luchadores contra el fraude desde el Reino Unido hasta Uruguay y desde Kansas a Corea descubrieron unos 1.600 sitios separados que hacían sospechosos ofrecimientos para hacerse ricos rápido, con ofrecimientos de "gane 5.000 dólares por semana llenando sobres", "gane 4.000 dólares por día con su propio negocio de ventas por correo", y "garantía de que ganará 200.000 dólares al año operando un centro comercial virtual" .

Entre los muchos detalles que singularizaron la "pesca" de *GetRichQuick.com* estuvo el uso de un sitio web protegido por contraseña (en inglés y español) para los funcionarios policiales y de protección del consumidor participantes que proveía instrucciones detalladas para la búsqueda, descripciones de las estafas seleccionadas, sugería programas de búsqueda y palabras clave y mapas para mostrar los países participantes. El sitio seguro, un instrumento sumamente eficiente de comunicaciones y organización, permitía a los buscadores incorporar información directamente en un formulario en el sitio web sobre los sitios sospechosos para hacerse rico rápido. La información se enviaba electrónicamente a un banco de datos mantenido y analizado por personal en la FTC.

Cada uno de los sitios web con promociones dudosas recibió un mensaje electrónico de advertencia firmado por la mayoría de los asociados en la búsqueda, una señal clara a los estafadores en línea que las organizaciones policiales y de protección del consumidor de todo el mundo están cooperando a través de sus fronteras para detener el fraude en línea. Alrededor de un mes después del envío de las advertencias por correo electrónico, los participantes salieron a buscar nuevamente para determinar si los sitios en cuestión habían alterado sus ofrecimientos para cumplir con la ley, eliminado las ofertas o desmantelado completamente el sitio. En el caso de los sitios que todavía no habían cumplido, las autoridades policiales harán las investigaciones que sean necesarias para determinar si los sitios son objeto apropiado de acción policial, dentro de Estados Unidos o en otras partes.

Otro vehículo diseñado por la FTC para facilitar la detección y disuasión de estafas en línea es *Consumer Sentinel* (centinela del consumidor). Se trata del primer y actualmente más grande banco de datos binacional sobre denuncias de fraudes al consumidor en América del Norte. *Consumer Sentinel* permite a más de 230

organismos policiales de Estados Unidos y Canadá acceso libre a los datos por medio de un sitio web seguro y fácil de explorar, lo cual permite a su vez una acción coordinada y general contra los fraudes más comunes. El año pasado el banco de datos recibió 18.600 denuncias relacionadas con fraudes y engaños en la Internet, elevando el número total de denuncias del consumidor acerca de fraudes de Internet y otros tipos a unas 250.000. La FTC provee esta información a otros países sobre la base de casos individuales, y espera desarrollar oportunidades adicionales para compartir información. La operación de búsqueda GetRichQuick.com y Consumer Sentinel se cuentan entre los instrumentos tecnológicos que apoyarán una ambiciosa campaña policial programada para más adelante este año con participación de muchos estados y de varios países que aportarán acciones coordinadas contra compañías dentro de sus propias jurisdicciones.

ELABORACION DE POLITICA

La FTC también desempeña un papel activo en las discusiones de política pública sobre principios internacionales de protección del consumidor para la economía mundial. El comisionado de la FTC Mozelle W. Thompson encabeza la delegación estadounidense a la Comisión de Política del Consumidor de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos, que ha desarrollado pautas internacionales para la protección del consumidor en el comercio electrónico. Estas pautas establecen principios para códigos de conducta voluntarios en empresas que participan en el comercio electrónico, ofrecen orientación a los gobiernos para evaluar sus leyes de protección del consumidor con respecto al comercio electrónico, y brinda consejo a los consumidores sobre lo que pueden esperar y buscar cuando van de compras en línea. Varias organizaciones internacionales privadas, incluso el Consejo de Better Business Bureaus y la Cámara Internacional de Comercio han adoptado normas para la protección del consumidor en el comercio electrónico que reflejan las recomendaciones de las pautas de la OCDE.

Las pautas también promueven la idea de la cooperación policial internacional. ¿Cuál es la meta de las pautas? Crear confianza del consumidor en el mercado mundial al trabajar para asegurar que los consumidores estén tan seguros cuando compran en línea como cuando van de compras físicamente, no importa donde vivan o donde tenga la sede la compañía con la que hacen negocios. La cantidad de consumidores que están haciendo compras en

línea — y el monto de dinero que gastan — aumenta velozmente: alrededor del 40 por ciento de los usuarios de la Internet — unos 120 millones de personas en todo el mundo — ha hecho por lo menos una compra en línea. Se estima que los compradores estadounidenses durante la temporada de las fiestas de fin de año gastaron el año pasado unos 7.000 millones de dólares comprando a través de la Internet, más del doble de la cantidad que gastaron haciendo compras en línea durante la temporada festiva de 1998. Y algunos observadores predicen que las ventas anuales al consumidor por la Internet saltarán de 15.000 millones de dólares en 1999 a 78.000 millones de dólares en el 2003.

Además, la Comisión participa en una amplia gama de foros internacionales que examinan la protección del consumidor en el comercio electrónico, incluso el Transatlantic Business Dialogue (Diálogo de Negocios Transatlántico), el Global Business Dialogue on e-Commerce (Diálogo de Negocios Mundial sobre Comercio Electrónico), el Área de Libre Comercio de las Américas, y la Conferencia Económica de Asia y el Pacífico. A través de estas organizaciones, entre otras, la FTC estimula aún más la cooperación internacional entre los sectores público y privado para combatir el fraude en línea, educar a los consumidores y fomentar pautas autorreguladoras de protección del consumidor. La FTC también participa en la formulación de la posición de Estados Unidos en las negociaciones actuales de la Conferencia de La Haya sobre Derecho Internacional Privado para una convención sobre reconocimiento internacional y cumplimiento de fallos judiciales, concentrada en el tratamiento de disputas con el consumidor y acciones de aplicación de la protección del consumidor.

Finalmente, la Comisión ha efectuado talleres sobre cuestiones de política internacional que afectan a la protección del consumidor en línea. Por ejemplo, el verano pasado más de 100 participantes asistieron a un taller auspiciado por la Comisión para adelantar el diálogo propiciado por las pautas de la OCDE, explorar cuestiones de jurisdicción, conflictos entre leyes, y el papel del sector privado y de las organizaciones internacionales en la protección del consumidor y la lucha contra el fraude internacional. El Departamento de Comercio colaborará con la Comisión en el auspicio de otro taller el 6 y 7 de junio para discutir la disponibilidad de medios alternativos de resolución de disputas como una manera de obtener compensación de los consumidores por transacciones en línea problemáticas.

La abrumadora velocidad con que los consumidores están adoptando la nueva tecnología — y el asombroso ritmo de cambio en la propia tecnología — ciertamente contribuyen al argumento en favor de continuar la estrategia internacional de cooperación para la protección del consumidor en línea. Las iniciativas que ya se han emprendido para ayudar a asegurar la seguridad del comercio electrónico y la protección de los consumidores en línea han establecido una nueva medida para la cooperación pública y privada en una escala mundial y han echado los cimientos de una confianza aún más grande de los consumidores en la economía global. □

□ NUEVA REGLAMENTACION MUNDIAL PARA EL COMERCIO ELECTRONICO: PROFUNDIZAR EL DIALOGO MAS ALLA DEL G-8

Por Carol Charles, directora adjunta, Comisión para la Infraestructura Mundial de la Información (GIIC)

Para que el comercio electrónico discurra sin obstáculos al nivel internacional, es imprescindible una estructura mundial que considere la privacidad personal, la solución de controversias a través de fronteras y la aceptación de contratos electrónicos, escribe Carol Charles. Añade la autora que los dirigentes de los principales países industrializados del G-8 pueden desempeñar una función clave en la creación de esa estructura.

Cuando los dirigentes del Grupo de los Ocho (G-8) se reúnan en su cumbre anual el próximo julio en Okinawa, Japón, deliberarán sobre cuestiones de una economía afectada por la ampliación del comercio electrónico mundial. Se estima que para el año 2004 el valor del comercio electrónico entre empresas de todo el mundo alcanzará los 7,3 billones de dólares, que equivale a casi un 7 por ciento de las transacciones mundiales de ventas, y que representa un aumento sobre los 145.000 millones de dólares generados en 1999, según revelan los más recientes informes emitidos por Gartner Group, organización internacional dedicada a la investigación sobre empresas y tecnología.

El comercio electrónico mundial es responsable de los profundos cambios registrados en la manera de hacer negocios. Las redes de organizaciones y los procesos descentralizados de las empresas han alterado la relación entre productores y usuarios de bienes y servicios, y estimulado la rápida integración de los mercados mundiales. Las tecnologías de información y comunicación y los recientes acontecimientos, tales como los intercambios de empresa a empresa y las redes virtuales de comercio, han efectuado una transformación en las prácticas tradicionales de comercio mediante la conexión directa de los sistemas críticos de comercio y sus componentes claves — clientes, empleados, proveedores y distribuidores a través de la Internet. Ejemplo de ello es el mercado en línea para repuestos para automóviles establecido hace poco en conjunto por General Motors

Corporation, Ford Motor Company y Daimler Chrysler, y la alianza para adquisiciones en línea entre International Business Machines Corporation, Ariba e i2 Technologies Inc, compañía dedicada al desarrollo de programas de computadoras. Estos intercambios han reorganizado el mundo de las transacciones de negocios y comercio. El sector privado ha sido el motor que ha impulsado este fenómeno. Un informe emitido por Forrester Research, una de las principales firmas dedicadas a la investigación de la Internet, reveló que de 80 empresas de Estados Unidos incluidas en su estudio, 93 por ciento tiene proyectado hacer compras y ventas por la Internet para el 2002.

No obstante lo dicho, se mantiene una paradoja. Mientras la tecnología de la red mundial es un gran nivelador de las estructuras sociales y económicas, guarda asimismo el potencial de hacer más grande la línea divisoria digital, la disparidad que existe entre el nivel de desarrollo del comercio electrónico en los países industrializados y el de los países y organizaciones al margen de la revolución del comercio electrónico mundial. El comercio electrónico de empresa a empresa por la Internet crea nuevas estructuras de mercado que posibilitan cambios de lealtad entre los socios comerciales sin que ello suponga costos altos, ya que la Internet aumenta de forma exponencial las opciones y elecciones que tienen a su disposición los proveedores y consumidores. Además, hace posible el intercambio entre las partes contratantes de información, de prácticas óptimas y de retroacciones en el mercado en tiempo real. Los países fuera de este círculo pueden sufrir las consecuencias graves del aislamiento económico de este ámbito sumamente competitivo. Los recientes datos revelados por Computer Economics, entidad que asesora a empresas sobre comercio electrónico, indican que si bien el comercio electrónico seguirá en alza rápida en la próxima década, puede que África, Sudamérica y partes de Asia queden excluidas de la revolución comercial. Según Computer Economics, solo un 6 por ciento del comercio

electrónico tendrá lugar en estas regiones durante este año, y esta cifra aumentará sólo un 1 por ciento para 2003.

Existe, por ende, la posibilidad muy real de que los países en desarrollo tengan que realizar esfuerzos constantes para ponerse al día con la tecnología y los principios de política formulados en el mundo desarrollado. Además, la línea divisoria digital inhibe la capacidad de las economías en desarrollo de participar en el proceso continuo de las economías desarrolladas: de evaluar y posiblemente de volver a definir las normas que rigen el comercio electrónico mundial. Unas de las funciones claves de la Comisión para la Infraestructura Mundial de la Información (GIIC), iniciativa independiente y no gubernamental que se originó en la cumbre del G-7 en Bruselas en 1995, ha sido asegurar que los países en desarrollo sean partícipes continuos en este diálogo. A través de su red mundial de comisionados procedentes del sector público y del sector privado — quienes son representantes de países desarrollados y menos desarrollados — el GIIC ha colaborado con grupos de gobiernos nacionales, de la industria y de organizaciones internacionales para proseguir el diálogo sobre las normas necesarias para regir la economía mundial de la informática, y concientizar y crear partidarios para ese cambio.

NUEVAS NORMAS PARA UNA NUEVA REVOLUCION

En la labor realizada durante los pasados cinco años, han sido varios los factores que han motivado que el GIIC llegue a la conclusión de que cada día la economía de la red mundial más necesita de soluciones jurídicas flexibles a los retos que presentan los rápidos cambios tecnológicos. Estas soluciones se deben formular tomando como base el diálogo al nivel internacional entre los diversos partícipes de la revolución informática, entre ellos el sector privado, gobiernos nacionales, organizaciones internacionales y los grupos de consumidores. Estos factores son:

- **Estructuras jurídicas y reguladoras en constante cambio:** la convergencia tecnológica de las telecomunicaciones y las computadoras ha revolucionado la forma en la que la sociedad produce, guarda y utiliza la información. A la misma vez, el rápido crecimiento de redes a través de fronteras nacionales ha borrado los límites entre los que proporcionan, suministran y originan la información. Estos acontecimientos han

sembrado dudas sobre la eficacia de los sistemas reguladores que garanticen la confianza y la protección del consumidor en el ámbito de la rápida globalización tecnológica. Por ejemplo, temas como la reproducción digital y los nombres de dominios en la Internet son cuestiones espinosas para los derechos de autor y de patentes, e imponen además un valor efímero, y a veces en fluctuación, a los derechos de propiedad intelectual, a la privacidad personal y a la seguridad según la información adopte una forma digital y se desplace por sus diversos recorridos. La continua educación de los reguladores del gobierno y de los consumidores, así como el desarrollo de nuevos esquemas neutrales de tecnología para la regulación independiente, y la asociación con el sector privado, son fundamentales para propiciar la adaptación institucional y la respuesta rápida a las nuevas tecnologías y a sus aplicaciones.

- **Nuevas definiciones de derechos particulares:** en esta nueva economía de la red digital, las empresas pueden utilizar tecnologías para integración de datos, como el perfil de un cliente, para obtener una mejor comprensión de los requerimientos del consumidor, proporcionar apoyo por la Internet e integrar las demandas de estos clientes a su oferta de servicios. El uso de esta tecnología tiene como consecuencia que los consumidores tienen más conocimiento de lo que ellos perciben como una posible violación de su derecho a la privacidad, como es el uso no autorizado de datos personales, información no exacta e incompleta, y pagos fraudulentos.

De la misma manera, la economía por red digital ha colocado de nuevo la información y el poder en manos de la persona, y la comunidad de usuarios se vuelve a definir atendiendo ahora a intereses comunes en lugar de la proximidad geográfica o física. En la era electrónica, el comprador tiene acceso a la información, y de esta manera se le hace posible retirar su lealtad en cualquier instante. De modo que si las empresas de la era electrónica pretenden retener la lealtad de sus clientes y ser competitivos, tendrán que mejorar los servicios y el precio que le presentan a sus clientes.

Las empresas han reconocido que les conviene proteger la privacidad de sus clientes, y hacer que confíen en que sus datos personales son los correctos y no se hará uso indebido de ellos. Como resultado, las empresas colaboran para desarrollar códigos de conducta para su regulación independiente y sellos de garantía que se conceden a vendedores en la red que cumplen con normas independientes pero verificables de comercio

electrónico. Estos sellos abarcan todos los aspectos de sus operaciones, desde su situación comercial hasta su política de seguridad y protección de la privacidad del consumidor, su política de servicio y apoyo al consumidor, la integridad de su información y la información sobre garantías. En su labor realizada tanto en países desarrollados como no desarrollados, el GIIC ha observado que muchos países no han adoptado las leyes o carecen de las tradiciones culturales que apoyan el respeto a la privacidad. No queremos que la falta de una estructura mundial reconocida para la protección de la privacidad conduzca al establecimiento de bases de datos en las que la información personal se comercia ilegalmente o se usa indebidamente.

• **Retos a la jurisdicción en el espacio cibernético:** según aumentan las transacciones en la esfera internacional, el control de las instituciones del gobierno sobre la actividad económica o de otra índole en el espacio cibernético se debilita cada vez más. La jurisdicción y las normas de origen son dos factores claves que afectan el comercio electrónico entre fronteras, y que requieren la armonización de las estructuras nacionales e internacionales para hacer posible la solución de controversias y reparaciones. En la actualidad, las cuestiones relacionadas con impuestos, propiedad intelectual y protección del consumidor dependen de las normas de origen o del país de consumo. Sin embargo, según las transacciones se hacen en línea y cada vez más al nivel mundial, tanto las empresas como los consumidores temen que aumenten los gastos en que pueden incurrir si necesitan entablar un pleito a través de fronteras relacionados con sus derechos. Al utilizar la Solución Alternativa de Controversias (ADR), los consumidores y comerciantes pueden resolver su disputa a través de terceras partes neutrales de manera rápida y bajo costo. Hay varios ejemplos de ADR, como BBBOnline, parte del Consejo de Oficinas para Empresas Mejores, en Estados Unidos, y Cybertribunal, en Canadá. Hay otras organizaciones que participan en la solución de controversias internacionales del comercio electrónico como el Tribunal Internacional de Arbitraje de la Cámara de Comercio Internacional (ICC) y WIPO-Net, la Red Internacional de Información de OMPI en la Internet, parte de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), establecida para mediar y arbitrar en cuestiones de propiedad intelectual en el comercio electrónico. Sin embargo, para proporcionar a las empresas y consumidores del comercio electrónico confianza adicional, además de transacciones firmes y fiables del comercio electrónico, los esfuerzos de

certificación tienen que ser extendidos a otros países y jurisdicciones.

• **Autenticación y seguridad:** la autenticación y la seguridad son fundamentales para asegurar al público que sus transacciones en el comercio electrónico se hacen en un ambiente libre de ataques ilegales o infracciones. Las tecnologías eficaces de codificación impulsadas por el mercado son indispensables, así como el mínimo de estructuras jurídicas para certificar la autenticidad de las firmas digitales. Además, se debe establecer una estructura legal para castigar a los que comenten faltas de honradez. Ya que el sector privado es el líder en el terreno de criptografía, es necesario que el sector privado y los gobiernos se asocien para crear las estructuras necesarias que aseguren la confianza y autenticidad necesarias para evitar las actividades delictivas. Ya que los usuarios tienden a desconfiar de los controles del gobierno sobre la criptografía, los gobiernos deberán dedicarse a levantar todos los controles sobre tecnologías y aplicaciones criptográficas, y deberán cooperar con empresas para facilitar el intercambio seguro de información a nivel internacional.

• **Códigos universales de comercio:** los códigos jurídicos con disposiciones sobre cuestiones de comercio, contratos y responsabilidad legal apuntalan el comercio electrónico y son fundamentales para crear confianza en el consumidor. Según va creciendo el comercio electrónico mundial, las empresas buscan una estructura permanente para las transacciones del comercio electrónico avalado y reconocido por los gobiernos nacionales. La Ley de 1996 de la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI) proporciona a los legisladores nacionales un marco para la tecnología con normas aceptadas internacionalmente que facilita el retiro de obstáculos jurídicos al comercio electrónico y crea un ambiente electrónico más seguro en términos legales. La ley ha servido como base para la formulación de leyes de comercio electrónico en Singapur, Corea y Colombia, y estimulado conversaciones sobre iniciativas similares en Australia, Canadá, Chile, Francia, Hong Kong, India, Eslovenia, Brasil, México, Marruecos, Nueva Zelanda, Perú, Filipinas, Tailandia y Túnez. Sin embargo, a pesar de esta actividad, la mayoría de los países ha sido lento en cambiar de lo que ha sido la norma en el comercio entre diversas partes durante varios siglos — el intercambio de documentos en papel — al ámbito electrónico. El aumento de los conocimientos y la participación de la comunidad jurídica de los países, bloques o regiones comerciales — como la Cooperación Económica de Asia

y el Pacífico y el Área de Libre Comercio de las Américas (ALCA) — son esenciales para la rápida expansión del comercio electrónico mundial y la participación de otros países.

El GIIC ha venido fomentando el diálogo sobre la remoción de barreras al comercio electrónico en muchos países de todo el mundo, entre ellos India, China, Filipinas y Venezuela, así como en muchos países de África. Además, el GIIC ha trabajado conjuntamente con la Alianza para Comercio Internacional (AGB), coalición de empresas de 140 países que propone a los gobiernos que apoyen la regulación independiente de las empresas y el uso voluntario de tecnologías creadoras de confianza en toda la amplia gama de usuarios y proveedores de bienes y servicios del comercio electrónico. Algunas de las iniciativas que se pueden mencionar son el Plan de Acción Mundial de 1999 para el Comercio Electrónico de AGB, la Hoja Informativa sobre Exención de Derechos Aduaneros en Transmisiones Electrónicas, y el Documento sobre Aspectos Mercantiles del Comercio Electrónico (ver www.giic.org/focus/ecommerce).

Llamamiento a los líderes del G-8

La mayoría de los países del mundo, con inclusión de los países desarrollados, están todavía aprendiendo sobre cómo las diversas innovaciones de la tecnología de la información afectarán su economía y sus mercados laborales. Para los países en desarrollo, el proceso es mucho más exigente, ya que los gobiernos y los grupos del sector privado se esfuerzan para reestructurar sus economías para la economía digital mundial.

Los representantes del G-8 en la reunión de Okinawa tendrán la oportunidad única y sin precedente de poder facilitar la cooperación internacional para lograr un ambiente digital seguro en el mundo y un nuevo acercamiento internacional a la creación de una economía mundial de la informática en la que cada nación y cada persona tenga la oportunidad de participar.

Cualquier enfoque o estructura global requiere flexibilidad suficiente para apoyar el crecimiento de la economía de la información, alentar el comercio y las corrientes de inversión, crear puestos de empleo y

proporcionar a los consumidores los beneficios de la competencia, en tanto que se alienta a la creación de un ambiente estable y seguro para las transacciones electrónicas. Las asociaciones entre el sector privado y las organizaciones internacionales tales como la Organización Mundial de Propiedad Intelectual, la Organización Mundial de Comercio, la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos y CNUDMI son indispensables para crear sistemas cooperativos que puedan:

- Intercambiar información sobre prácticas óptimas.
- Aumentar la satisfacción y confianza del consumidor que haga negocios a través de la Internet.
- Establecer la credibilidad y fiabilidad del comerciante.
- Apoyar y mejorar la regulación independiente del comercio por la Internet.
- Alentar la formulación de pautas y símbolos para apoyar el comercio electrónico.

Por último, los líderes del G-8 deberán ampliar estos esfuerzos para poder proporcionar asistencia técnica y financiera a las naciones al margen de la revolución del comercio electrónico global, y también para hacer a los consumidores y empresas de pequeño y mediano tamaño partícipes del diálogo. La inclusión de estos actores sólo puede resultar en la creación de una infraestructura vigorosa y segura de información mundial, en el aumento del comercio mundial y el crecimiento económico, y lo más significativo, en la reducción al mínimo de la amenaza de la ampliación de la línea divisoria digital. □

Nota: Las opiniones vertidas en este artículo no son necesariamente representativas de la política de Estados Unidos.

La Comisión para la Infraestructura Mundial de Información (GIIC) es un foro internacional de dirigentes del sector privado y de líderes del gobierno y las industrias de informática y telecomunicaciones que estudian las decisiones políticas que afectan el crecimiento de las redes de información del mundo. La labor de GIIC se centra en tres áreas principales: desarrollo de infraestructura mundial de información, comercio electrónico mundial y la educación en la era informática. Los copresidentes regionales de GIIC son H. Brian Thompson, (vicepresidente y gerente general de Global Telesystems); Volker Jung, (vicepresidente ejecutivo, miembro junta directiva de Siemens AG) y Michio Naruto (representante especial y miembro junta directiva de Fujitsu Limited). W. Bowman Cutter (director general de E.M. Warburg Pincus) es el director general de GIIC. El GIIC es un proyecto localizado en el Centro de Estudios Estratégicos e Internacionales (CSIS) en Washington, D.C.

❑ LA VULNERABILIDAD DE LA INTERNET

Por Stephen E. Cross, director del Instituto de Ingeniería de Programas de Computadora

La Internet es un criadero virtual de atacantes que se aprovechan de la "confianza injustificada" que tienen los usuarios con las redes, escribe Stephen E. Cross. Agrega que la duplicación de programas de computadora permite que personas sin gran refinamiento tecnológico lancen ataques cibernéticos devastadores.

Las vulnerabilidades asociadas con la Internet ponen en peligro a los gobiernos, fuerzas armadas, comercio y usuarios individuales. La Internet es un mundo complejo y dinámico de redes conectadas entre sí que carecen de límites claros y control central. Debido a que la Internet no fue concebida originalmente teniendo presente la seguridad, es difícil asegurar la integridad, disponibilidad y privacidad de la información.

Esto es importante porque el uso de la Internet reemplaza a otras formas de comunicación electrónica, y la propia Internet crece a una tasa asombrosa. En concurrencia con el crecimiento de la Internet, las herramientas de los intrusos se vuelven cada vez más refinadas y también son más fáciles de usar y están ampliamente disponibles. Por primera vez, los intrusos desarrollan técnicas para aprovechar la potencia de cientos de miles de sistemas vulnerables en la Internet.

El Equipo de Respuesta de Emergencia en Computadoras/Centro de Coordinación (CERT/CC) establecido con los auspicios del Instituto de Ingeniería de Programas de Computadora para responder a los eventos que tengan que ver con la seguridad de las computadoras, maneja a diario informes de invasiones en sitios de comercio electrónico. He aquí unos pocos ejemplos de intrusiones de las que ha informado la prensa.

- Un atacante obtuvo 100.000 números de tarjetas de crédito de los registros de una docena de comerciantes al por menor que venden sus productos a través de sitios en la Web. Las tarjetas de crédito tenían límites de entre 2.000 y 25.000 dólares, lo que colocó el costo potencial del robo en los 1.000 millones de dólares. El atacante fue capturado cuando trató de vender los números de las tarjetas a lo que aparentaba ser una banda de criminales

organizados y resultó ser la Oficina Federal de Investigaciones (FBI).

- Los intrusos obtuvieron acceso no autorizado a la información sobre la propiedad de una red de computadoras de una importante corporación de Estados Unidos. La compañía no pudo identificar las técnicas que usaron los intrusos. Como medida de precaución, la compañía cerró durante 72 horas su conexión con la Internet, lo que bloqueó el acceso de los usuarios legítimos y privó a los clientes de información que la compañía, normalmente, pone a su disposición a través de la Internet.

- En un caso de extorsión cibernética, un intruso le robó 300.000 números de tarjetas de crédito a un vendedor de música en la Internet. El intruso, que se presentaba como un joven ruso de 19 años, envió un correo electrónico al periódico The New York Times, jactándose de que había logrado acceso a los datos financieros de la compañía gracias a una falla en los programas de computadoras de ésta. El intruso utilizó luego los números de las tarjetas en un intento de extorsionar al comerciante para que pagara 100.000 dólares a cambio de destruir los documentos secretos. Cuando la compañía se negó, el intruso publicó en la Internet miles de los números de las tarjetas de crédito, con lo que el caso terminó en un desastre de relaciones públicas para la compañía. Los expertos en seguridad no saben todavía cómo el sitio resultó comprometido o la medida total en que la intrusión afectó a los clientes de los sitios. Las compañías de tarjetas de crédito respondieron cancelando y reemplazando los números robados y notificaron a sus poseedores por correo electrónico. Los analistas del comercio electrónico dicen que muchos ataques similares ocurren sin que se informe de ellos.

- En marzo de 2000, en la violación de seguridad sistemática más grave que jamás hayan sufrido las compañías británicas, un grupo de intrusos con base en Gran Bretaña irrumpió en los sistemas de computadoras de por lo menos 12 compañías multinacionales y robó documentos confidenciales. El grupo envió demandas de rescate de los documentos por hasta 15,7 millones de dólares. Scotland Yard y el FBI investigan la intrusión y

escrutan el tráfico de correo electrónico entre Inglaterra y Escocia. Creen que el grupo es sumamente profesional y es posible que trabaje para negociantes en información que se especializan en el espionaje de corporaciones.

De estos ejemplos y de la actividad del CERT/CC, resulta obvio que aún hay mucho que hacer para asegurar adecuadamente nuestras redes electrónicas con el fin de que satisfagan las necesidades del mercado en expansión del comercio electrónico. Sin embargo, es posible tomar medidas para reducir el riesgo de que haya violaciones de seguridad que puedan ser tan devastadoras para las empresas que tratan de establecer una posición en el mercado electrónico.

ATRACTIVO DE LA INTERNET PARA LOS ATACANTES

En comparación con otras infraestructuras críticas, la Internet parece ser un criadero virtual de atacantes. Aunque algunos de esos atacantes parecen ser individuos juguetones (por ejemplo, estudiantes que experimentan con la capacidad de la red) y algunos otros son, evidentemente, mal intencionados, y todos tienen el potencial de hacer daño al interrumpir la capacidad de realizar transacciones de negocios en la Internet. Los ataques les permiten a los intrusos gozar acceso privilegiado en un sistema de modo tal que, en efecto, el sistema les pertenece. Con sus privilegios no autorizados, pueden, por ejemplo, usar el sistema como plataforma de lanzamiento de ataques contra otros sitios o como un nodo o direccionador en un ataque que utiliza herramientas de intrusión en sistemas distribuidos, lo que les permite a los intrusos involucrar simultáneamente un gran número de sitios, concentrándose sobre todos ellos para atacar uno o más sistemas anfitriones o redes. Otros ataques han sido concebidos para revelar información secreta, como contraseñas o secretos comerciales. En las notificaciones del CERT, publicadas en línea en <http://www.cert.org/>, pueden encontrarse ejemplos de estrategias de ataques específicos. Desafortunadamente, los ataques a la Internet en general, y en particular los ataques que implican bloquear un servicio — que impiden que los usuarios legítimos los utilicen — siguen siendo fáciles de llevar a cabo, difíciles de rastrear y de poco riesgo para el atacante.

Los ataques contra la Internet son fáciles porque los usuarios le conceden una confianza injustificada a la red. Es común que los sitios no comprendan plenamente el grado de confianza que ponen realmente en la

infraestructura de la Internet y en sus protocolos. Desafortunadamente, la Internet se diseñó originalmente para que tuviera robustez contra los ataques que procedieran de fuera de su propia estructura — es decir, ataques físicos a los cables y computadoras que componen el sistema. La Internet no se diseñó para resistir ataques internos — ataques lanzados por individuos que son parte de la red. Y ahora que la Internet ha crecido hasta abarcar tantos sitios, millones de usuarios son, en efecto, parte de la red.

Los ataques a la Internet son fáciles en otros sentidos. Es verdad que algunos ataques requieren conocimiento técnico — el equivalente al que tiene un graduado de colegio universitario que se especializó en ciencias de la computación —, pero muchos ataques exitosos los llevan a cabo intrusos que carecen de refinamiento técnico. Los intrusos técnicamente competentes duplican, dividen y empaquetan su información en forma fácil de manejar y a un costo bajo, con lo que les permiten a los intrusos poco avezados hacer tanto daño como los expertos.

DIFICULTAD DE RASTREAR A QUIENES ATACAN LA INTERNET

Mediante una técnica conocida como "impostura IP", los atacantes pueden mentir acerca de su identidad y ubicación en la red. En la Internet la información se transmite por paquetes, cada uno de los cuales contiene información sobre su origen y destino. Un paquete puede compararse con una tarjeta postal — el remitente anota su dirección, pero puede mentir acerca de ella. La mayor parte de la Internet ha sido diseñada para simplemente colocar los paquetes un paso más cerca de su destino, sin llevar ninguna constancia de su origen. No hay siquiera un "sello de oficina de correos" para indicar, en términos generales, dónde se originó un paquete. Para rastrear durante un ataque los paquetes mal intencionados, se requiere una estrecha cooperación entre los sitios y un equipo que contenga lo más moderno de la técnica.

Más aún, la Internet ha sido diseñada para permitir que los paquetes circulen con facilidad a través de las fronteras geográficas, administrativas y políticas. En consecuencia, la cooperación en el rastreo de un solo ataque puede involucrar a múltiples organizaciones y jurisdicciones, la mayoría de las cuales no se ven directamente afectadas por el ataque y pueden tener poco incentivo para invertir tiempo y recursos en el esfuerzo. El atacante disfruta de la ventaja adicional de que se necesita cooperación internacional para rastrear el ataque, lo cual se ve

complicado por los obstáculos que se oponen a las investigaciones legales.

Debido a que los ataques a la Internet no requieren, de modo típico, que el atacante esté físicamente presente en el sitio del ataque, el riesgo de que se lo identifique se reduce. Además, no siempre es evidente cuándo ciertos eventos deben ser motivo de alarma. Por ejemplo, los que parecerían ser intentos y ataques infructuosos pueden, en realidad, ser actividad legítima de los administradores de la red que verifican la seguridad de sus sistemas. Aun en los casos en que las organizaciones vigilan sus sistemas en busca de actividad ilegítima, lo que ocurre sólo en una pequeña minoría de los sitios conectados con la Internet, las intrusiones reales a menudo pasan inadvertidas porque es difícil identificar la actividad ilegítima. Todavía más, debido a que los intrusos cruzan múltiples dominios geográficos y legales, se cierne una duda adicional sobre las cuestiones legales involucradas en su persecución y enjuiciamiento.

IMPACTO DE LAS VIOLACIONES DE SEGURIDAD

Como lo ilustran los ejemplos citados al principio de este artículo, las violaciones de seguridad pueden ser motivo de una pérdida de tiempo y recursos mientras el personal investiga el alcance del compromiso, determina el daño potencial y restablece los sistemas. Durante un cierto tiempo, los sistemas pueden proveer servicio reducido o no estar disponibles. La información secreta puede quedar expuesta o alterada, y se puede perder la confianza del público. Luego de una intrusión exitosa en un sistema de computadoras, puede ser muy difícil y aun imposible determinar con precisión qué daño sutil, si alguno, causó el intruso. La pérdida de confianza puede ocurrir incluso si un intruso no dejó daños tras suyo, porque el sitio no puede probar que no haya dejado ninguno.

Para las empresas, los ataques que bloquean el servicio y la exposición de información secreta son particularmente graves. El objetivo de los ataques que bloquean el servicio no es ganar acceso no autorizado a máquinas o datos, sino impedir que los usuarios legítimos de un servicio lo utilicen. Un ataque de bloqueo de servicio puede presentarse en muchas formas. Los atacantes pueden "inundar" una red con grandes volúmenes de datos y consumir deliberadamente un recurso escaso o limitado. Pueden también dislocar los componentes físicos de la red o manipular datos en tránsito, incluso datos cifrados. Una vez que un ataque de bloqueo de servicio ha quedado

resuelto y se restablece el servicio, los usuarios recuperan generalmente la confianza en el servicio que reciben. Pero la exposición de información secreta hace que una organización sea muy susceptible a crisis de pérdida de confianza.

SOLUCIONES RECOMENDADAS

El problema es serio y complejo, y para reducir los riesgos vinculados con una dependencia cada vez más estrecha de la Internet y la posibilidad de un ataque sostenido contra ella, debe usarse una combinación de estrategias. Las soluciones efectivas requieren compartir información y el desarrollo conjunto de soluciones abarcadoras, al igual que el apoyo a un programa de investigaciones a largo plazo.

- **Compilar, analizar y diseminar datos sobre seguridad de información:** la naturaleza de las amenazas a la Internet cambia rápidamente y seguirá cambiando en el futuro predecible. La combinación de tecnología que cambia con rapidez, una utilización en expansión rápida y usos de la Internet continuamente nuevos y, a menudo, inimaginables crean una situación inestable en la cual la naturaleza de las amenazas y vulnerabilidades es difícil de evaluar, y todavía más difícil de predecir.

Para ayudar a asegurar la supervivencia de la Internet y la infraestructura de información en conjunto, es esencial que las organizaciones encargadas de la ejecución de la ley y los equipos de respuesta incidental vigilen continuamente las amenazas a la seguridad cibernética e identifiquen tendencias en la actividad de intrusión y hagan que esta información quede ampliamente disponible para toda la comunidad de la Internet.

- **Apoyar el crecimiento y uso de mecanismos de detección mundial:** Una manera de obtener un panorama mundial de las amenazas es usar la experiencia y pericia de los equipos de respuesta incidental para identificar nuevas amenazas y vulnerabilidades. El CERT/CC, por ejemplo, provee ayuda a los administradores de sistemas computarizados en la comunidad de la Internet, que informan de problemas de seguridad. Cuando ocurre una violación de seguridad, los miembros del personal ayudan a los administradores de los sitios afectados a identificar y corregir las vulnerabilidades que permitieron que ocurriera el incidente; trabajar con los vendedores para informarles de las deficiencias de seguridad en sus productos, ayudarlos a desarrollar maniobras y reparaciones para las

vulnerabilidades de seguridad y facilitar y rastrear sus respuestas a estos problemas; y coordinar la respuesta con otros sitios afectados por el mismo incidente.

Dado que los principales centros de información de seguridad de computadoras, tales como el CERT/CC, recopilan gran cantidad de datos, ellos pueden identificar tendencias y coordinar el desarrollo de soluciones para los problemas de reciente aparición.

También los proveedores del servicio Internet deberían desarrollar para sus clientes equipos de respuesta incidental y otros servicios de mejoramiento de la seguridad. Muchos proveedores del servicio de red están en buena posición para ofrecer servicios de seguridad a sus clientes. Estos servicios deberían ayudar a los clientes a instalar y operar conexiones seguras con la red, al igual que mecanismos para diseminar con rapidez información sobre vulnerabilidades y correcciones.

• **Apoyar la educación y el adiestramiento para elevar el nivel de seguridad:** La mayoría de los usuarios de la Internet no tienen una mejor comprensión de la tecnología de la que tienen de la ingeniería que hay detrás de otras estructuras. De modo similar, muchos administradores de sistemas carecen del conocimiento adecuado de la red y la seguridad, aun cuando la Internet se vuelve cada vez más compleja y dinámica. Para estimular la "computación libre de riesgos", los gobiernos deberían financiar el desarrollo de material y programas educativos para todos los usuarios, tanto adultos como niños, acerca del ciberespacio, e invertir en campañas de concientización que subrayen la necesidad de adiestramiento en cuestiones de seguridad para los administradores de sistemas, gerentes de redes y oficiales superiores de información.

• **Apoyar la investigación y el desarrollo:** es esencial mantener una perspectiva de largo plazo e invertir en investigación de sistemas y técnicas operativas que permitan crear redes capaces de sobrevivir a ataques, en tanto que se protege los datos secretos. Al hacerlo así, es esencial buscar soluciones tecnológicas nuevas, fundamentales y procurar obtener estrategias activas y preventivas, no solamente reactivas y curativas.

CONCLUSION

La Internet ha demostrado ser un motor que impulsa una revolución en la manera que se llevan a cabo los negocios. Dada la tremenda interconexión e interdependencia entre los sistemas de computadoras en la Internet, la seguridad de cada sistema en la Internet depende de la seguridad de todos los otros sistemas de la red. Los esfuerzos de seguridad cibernética deben concentrarse en informar sobre amenazas y vulnerabilidades y vigilarla, en la educación y el adiestramiento y en la investigación y el desarrollo. □

Nota: Las opiniones expresadas en este artículo no necesariamente reflejan las políticas de Estados Unidos.

(El Instituto de Ingeniería de Programas de Computadoras (SEI) centro de investigación y desarrollo financiado por el gobierno federal en la Universidad Carnegie Mellon con auspicios del Departamento de Defensa de Estados Unidos, es la sede del Centro de Coordinación del CERT (r) (CERT/CC; URL: <http://www.cert.org>). Desde que se lo estableció en 1988, el CERT/CC ha trabajado con la comunidad de la Internet para responder a los eventos de seguridad de las computadoras, aumentar la percepción de las cuestiones de seguridad de las computadoras, ofrecer adiestramiento y llevar a cabo investigación en estrategias técnicas para identificar y prevenir violaciones de seguridad. El CERT y el Centro de Coordinación del CERT están inscritos en la Oficina de Patentes y Marcas Registradas de Estados Unidos.

□ EL DESARROLLO DE LA INTERNET EN POLONIA

Por Warren Clark, consultor, ex asesor principal de política sobre comunicaciones e información del Departamento de Estado de Estados Unidos

El elevado costo de acceso a la Internet es la mayor barrera al desarrollo del comercio electrónico en Polonia, señala Warren Clark. La privatización del sistema de telecomunicaciones en Polonia permitiría la competencia y bajaría el costo de utilizar Internet, agrega.

En Polonia, la Internet está bien desarrollada en el sector empresarial y comienza a penetrar el sector doméstico y del consumo. La poca utilización de la Internet a nivel familiar, típica del desarrollo del comercio electrónico en gran parte de Europa Central y Oriental, así como en otras economías en surgimiento, se debe en parte a la poca calidad de las actuales redes telefónicas de líneas fijas y al costo elevado de acceso a la Internet. La comunidad empresarial y el gobierno, sin embargo, están comprometidos en eliminar los obstáculos para promover el crecimiento del comercio electrónico.

Todavía existen en el mercado ciertas barreras culturales y estructurales al desarrollo de la Internet entre lo consumidores. En Varsovia, no se ven los Cafés Internet ni la competencia en los precios del acceso telefónico que se ven en ciudades europeas como Londres, donde las telecomunicaciones han sido liberalizadas. Mucha gente en Polonia desconfía en que se pueda proteger la información sobre las tarjetas de crédito en la Internet. Hasta el momento los consumidores no tienen acceso de alta velocidad a la Internet, como el que ofrecen a los suscriptores las líneas digitales (DSL). Y a un costo de 500 a 1.000 dólares, las computadoras todavía son costosas para muchas familias.

Si bien el gobierno ha sido lento en impulsar y sistematizar políticas informáticas explícitas, Polonia tiene un fuerte espíritu empresarial y el sector del comercio no ha tardado en aceptar a la Internet. Se está considerando políticas gubernamentales más activas y se puede anticipar un crecimiento rápido de la Internet, del comercio electrónico y del gobierno electrónico en los próximos años.

UTILIZACION DE LA INTERNET

Aunque la Internet todavía está en sus principios en Polonia, crece con rapidez. Fuentes industriales estiman que en 1999 había en Polonia 1,5 millones de usuarios de la Internet — entre ellos el 4,1 por ciento de las unidades familiares de los 38 millones de habitantes de Polonia. Para fines del 2000, aproximadamente un siete por ciento de las familias polacas poseerá computadoras y un cinco por ciento tendrá acceso a la Internet. Estas fuentes anticipan que para el año 2003 habrá cuatro millones de usuarios de la Internet.

Estas son cifras bajas en lo que respecta a la utilización de Internet. Las ventas a consumidores por medio de Internet son pocas todavía — 3,2 millones de dólares el año pasado, o aproximadamente dos dólares por cada usuario de la Internet. En comparación, 10 por ciento de las familias en el Reino Unido y 17 por ciento de las familias de Estados Unidos efectuaron el año pasado compras a través de la Internet.

El panorama del uso de la Internet en el sector empresarial de Polonia es muy diferente. Existen 10.000 sitios comerciales en la Web, y 80 por ciento de las empresas en Polonia usan la Internet en forma diaria. Un 57 por ciento de las compañías tiene sus propios sitios en la Web y 320 compañías efectúan ventas por medio de la Internet. Firmas como Microsoft, IBM, Intel y Cisco efectúan casi enteramente sus extensas y rápidamente crecientes transacciones en la Internet.

El uso de la Internet en diferentes niveles del gobierno también está creciendo, si bien la información que está a disposición de los usuarios muchas veces es limitada. Los sitios en la Web de las autoridades municipales frecuentemente incluyen documentos utilizados para el gobierno municipal y ejemplos de cartas regulares para solicitar servicios. Los usuarios de la Internet algunas veces tienen la oportunidad de indicar al gobierno sus "reacciones" acerca de decisiones pendientes sobre cuestiones de presupuesto y planificación.

Los ministerios del gobierno central publican en la Internet direcciones, biografías, declaraciones sobre políticas vigentes y versiones electrónicas de documentos básicos. El año pasado, en un acto sin precedentes, el ministerio de Correos y Telecomunicaciones de Polonia publicó, en polaco y en inglés, un proyecto de ley sobre telecomunicaciones y solicitó comentarios acerca del mismo. El proyecto de ley fue modificado luego en vista de los comentarios, antes de ser presentado al parlamento. El Parlamento muchas veces publica proyectos de ley y legislación nueva en su sitio en la Web (www.sejm.gov.pl), algunas veces en polaco y en inglés.

FOMENTO DEL DESARROLLO DE LA INTERNET

Varias medidas en curso o en consideración por el sector privado y el gobierno estimulan el desarrollo de la Internet en Polonia.

• **Costo del acceso y liberalización de las telecomunicaciones:** como se observó antes, uno de los factores que limitan la utilización de la Internet es el costo elevado de acceso. Según la prensa local, Polonia tiene el segundo costo más alto de acceso a la Internet en el mundo, después de Japón. TPSA, la principal compañía de teléfonos, controlada por el gobierno, cobra por minuto de conexión con un proveedor de servicios Internet lo mismo que cobra para una llamada telefónica local. Esto hace que sea costoso sostener sesiones prolongadas de navegación en la Web.

El factor más grande para reducir los costos del acceso a la Internet es la desregulación de las telecomunicaciones, la que probablemente llevaría a una mayor competencia en el servicio telefónico interno; esto, a su vez, aumentaría la inversión total en las instalaciones y bajarían los precios al consumidor. Alguna liberalización ha tenido lugar o está en curso. Pero, la puesta en práctica de legislación que promueva una liberalización adicional del servicio telefónico interno está demorada hasta el final de 2001, para mejorar la participación en el capital social de TPSA, que está siendo vendida a un inversionista estratégico.

• **Educación y capacitación:** Polonia tiene al presente una modesta escasez de técnicos profesionales capacitados en redes de telecomunicación, y se anticipa que esta escasez aumentará. Fuentes industriales estiman que al presente la cantidad de ingenieros con experiencia en administración de redes de protocolo Internet (IP) está 18 por ciento por debajo de la demanda — una deficiencia algo menor que la que existe en la mayoría de los países

de la UE. Pero se anticipa que esta deficiencia aumentará a 40 por ciento para fines de 2003 — la más alta en Europa — principalmente debido al rápido desarrollo de la Internet que se anticipa en Polonia.

Para hacer frente a este reto, firmas del sector privado llevan a cabo programas de capacitación y trabajan en asociación con las universidades técnicas para dar cursos y equipos de laboratorio, para aumentar rápidamente el número de ingenieros de redes de telecomunicación. Sisco Systems, por ejemplo, está en tratos con cinco universidades técnicas sobre estas asociaciones.

• **Internet en las escuelas:** Con el apoyo tanto público como privado, Polonia ha dado pasos en dar acceso a la Internet a todas las universidades y escuelas. Donaciones privadas por instituciones como la Fundación Soros, junto con gastos gubernamentales sustanciales, han provisto acceso a la Internet a todas las escuelas secundarias de Polonia, y se espera que las escuelas intermedias tengan acceso a fines de este año. Una limitación en la utilización de la Internet en las escuelas, aparte del costo alto de acceso, es la escasez de capacitación profesional en tecnología informática para maestros y otros.

• **Nuevas leyes y reglamentaciones:** El parlamento polaco, organizaciones profesionales como la Asociación de Banqueros Polacos, y otras están considerando qué leyes y reglamentaciones nuevas pueden necesitarse para estimular el desarrollo y uso de la Internet en Polonia. Sus actividades incluyen desarrollar procedimientos jurídicos para la firma digital y los documentos digitales. La firma digital es un sistema mediante la cual los usuarios tendrían una identificación digital codificada, que una tercera parte puede verificar en caso de una transacción. Los documentos digitales, debidamente verificados, podrían tener la fuerza legal de los documentos originales firmados. Se necesita crear o reforzar otras leyes que rigen el fraude electrónico y otra conducta delictiva.

• **Gobierno electrónico:** además de continuar expandiendo las maneras en que se puede mantener informado al público, el gobierno podría considerar una variedad de otras medidas para reducir costos y estimular el crecimiento económico mediante una mayor utilización de la Internet, entre ellas el pago electrónico de impuestos y las adquisiciones gubernamentales.

Si bien los empresarios polacos no tardaron en aceptar la Internet por su obvia capacidad para aumentar la productividad y facilitar las economías de escala, el gobierno ha sido lento en actuar en las cuestiones pertinentes a la "sociedad informática". Estas incluyen fomentar el crecimiento económico, y objetivos sociales y políticos para mejorar el acceso de ciudadanos y organizaciones a muchos tipos de información. Debido a que todos los gobiernos están sometidos a presiones presupuestarias, se necesita una cooperación mayor de los sectores públicos y privados para alcanzar las metas de una sociedad informática.

Con el propósito de alcanzar esta cooperación, se celebró en mayo en Varsovia una reunión a nivel ministerial sobre la sociedad informática en los países candidatos a la UE. La Agencia Polaca para Inversiones Exteriores (PAIZ) tiene planeado para este año una conferencia sobre la infraestructura informática, que sirva de catalizador para nuevas inversiones. Además, es posible que se promulgue legislación sobre el comercio electrónico antes de terminar el año. Esto dará a los empresarios del comercio electrónico el apoyo que necesitan para expandir sus operaciones y proveerá un ímpetu considerable a la economía polaca. □

Nota: Las opiniones expresadas en este artículo no reflejan necesariamente la política de Estados Unidos.

Comentarios sobre este artículo serán bienvenidos. La dirección de correo electrónico de Warren Clark es: warclark@erols.com

□ CASO DE ESTUDIO: AMAZON.COM AYUDAR PARA QUE LOS SITIOS DE COMERCIO ELECTRÓNICO LOGREN ÉXITO INTERNACIONALS

By Diego Piacentini, Senior Vice President and General Manager of Amazon.com

"En los primeros meses de operación después de haber abierto sus puertas virtuales en julio de 1995, Amazon.com vendía a clientes en 45 países", escribe Diego Piacentini, vicepresidente principal y gerente general de Amazon.com, el vendedor de comercio electrónico al por menor más grande del mundo. "Hoy vendemos en más de 150 países". Piacentini dice que la adhesión a las leyes locales, el establecimiento de una presencia estratégica en el país y el suministro de un servicio impecable a los clientes son las claves de la expansión internacional de Amazon.com. El siguiente artículo es un caso de estudio de una de las campañas de la empresa para conseguir que el comercio electrónico funcionara a través de las fronteras.

El comercio electrónico en Estados Unidos se ha desarrollado más rápido de lo que cualquiera esperaba, pasando rápidamente de un dudoso "¿sobrevivirá?" a una posición poderosa de "no podemos hacerlo sin él" en la economía estadounidense. Ahora el comercio electrónico está en posición de copar el resto del mundo de manera similar, y las compañías con presencia establecida en línea — como todos los recién llegados a la arena del comercio electrónico — están buscando consejo sobre la forma de conquistar la frontera internacional.

La clave para lograr el éxito internacional del comercio electrónico se encuentra en comprender un hecho simple: los clientes en todas partes quieren una mejor selección, más comodidad y mejor servicio. Tras reconocer este hecho, los vendedores al por menor en línea comprenderán pronto que el principal desafío a su expansión internacional es la habilidad de llevar esos beneficios universales a clientes en todo el mundo al mismo tiempo que se respetan las costumbres locales. Amazon.com ha seguido estos principios para crear activamente nuestros negocios de venta al por menor en línea en Europa, concentrándose principalmente en nuestras tiendas de Libros, Música y DVD y Video. En 1998, Amazon.com inició un sitio en Alemania, Amazon.de, y otro sitio en el Reino Unido, Amazon.co.uk. Al adoptar un enfoque estratégico firme y

evaluar cuidadosamente nuestras opciones, hemos sido capaces de transformar nuestras aptitudes básicas en Estados Unidos en un éxito internacional. Al examinar la manera en que hemos logrado nuestras metas, esperamos ayudar a otros sitios de comercio-electrónico en su acción para cruzar las fronteras internacionales.

ATRACTIVO UNIVERSAL DEL COMERCIO ELECTRÓNICO

La popularidad cada vez mayor de la Internet en todo el mundo ha colocado al comercio electrónico en posición para un crecimiento futuro fenomenal. Según eMarketer's eGlobal Report (marzo de 2000), los mercados que no son estadounidenses representan actualmente 31 por ciento de la industria del comercio electrónico. Pero se espera que este porcentaje aumente al 40,5 por ciento en 2003, representando casi 600.000 millones de dólares. Se espera que solamente los ingresos europeos del comercio electrónico aumenten de 16.810 millones de dólares en 1999 a 425.500 millones de dólares en 2003.

Aunque el potencial de crecimiento internacional parece ilimitado, hay desafíos para alterar las expectativas y comportamiento de los clientes. Si puede tomarse como indicación la experiencia de Amazon.com, el abrumador atractivo universal del comercio electrónico eventualmente cambiará las costumbres de compra internacionales. A fin de hacer nuestros planes para este cambio, debemos examinar primero los beneficios de comprar en línea, que son válidos tanto para los clientes nacionales como internacionales.

- **Selección:** en países donde la selección de tiendas es limitada por las condiciones económicas o costumbres locales, el comercio electrónico puede ser una revelación, al ofrecer productos y servicios de los que muchos clientes habían pensando que nunca podrían comprar. En efecto, nuestros estudios muestran que los clientes consideran el factor selección como la cualidad más importante de Amazon.com.

- **Comodidad:** muchos ejecutivos de negocios han enfrentado el desafío de tratar con diferentes zonas horarias en sus esfuerzos para llegar a clientes internacionales. Pero las tiendas en línea nunca cierran, permitiendo que el cliente compre durante las 24 horas del día, siete días a la semana, no importa donde se encuentre.

- **Servicio al cliente:** en Estados Unidos y en todo el mundo, el servicio al cliente ofrece a las compañías de comercio electrónico la oportunidad de destacarse en comparación con las tiendas físicas. Los compradores deben poder conseguir respuesta a sus preguntas, devolver mercadería con facilidad, y recibir comunicaciones adecuadas del vendedor. Para los clientes europeos y japoneses, no acostumbrados al servicio de 24 horas al comprador, las capacidades de la Internet brindan a los sitios de comercio electrónico un factor diferencial clave respecto a las tiendas con paredes y techo. El desafío para los vendedores en línea es tener representantes de servicio al cliente que comprendan adecuadamente las necesidades de los compradores en diferentes países del mundo.

- **Información:** Internet les permite a los consumidores acceso a un tesoro de información, con frecuencia considerablemente más de lo que ellos podrían encontrar en el mundo físico, ayudándoles a tomar decisiones de compra mejor informadas que nunca.

- **Garantía y seguridad:** todos los compradores quieren asegurarse de que sus compras en línea son seguras. La industria ha recorrido un largo camino para ofrecer sistemas de codificación modernísimos que virtualmente garantizan una transacción segura.

FACILITACION DE VENTAS INTERNACIONALES

El poder de la Internet hace fácil la conexión de vendedores en línea con clientes en todo el mundo. Cuando la gente habla de la expansión del comercio electrónico internacional, con frecuencia pasa por alto el hecho de que un solo sitio web puede vender a los mercados internacionales sin agregar tiendas físicas o depósitos en el extranjero y sin siquiera hacer inversiones importantes para estudiar el potencial de los mercados fuera de Estados Unidos.

En su primer mes de operaciones después de abrir sus puertas virtuales en julio de 1995, Amazon.com hizo ventas a clientes en 45 países. Hoy día vendemos en más de 150 países. En la actualidad el 22 por ciento de las

órdenes de compra de Amazon.com vienen de fuera de Estados Unidos, y el 14 por ciento de ellas provienen de Europa solamente.

ESTRATEGIAS PARA AMPLIAR LAS VENTAS INTERNACIONALES

El número del 26 de julio de 1996 de la revista *The Economist* resumió de manera muy sucinta algunos de los desafíos del comercio electrónico internacional: "En Europa, la Internet ayudará a convertir la divisa única en la base de un genuino mercado único para los consumidores. No obstante, los europeos están menos preparados que los estadounidenses para comprar electrónicamente: son menos propensos a tener tarjetas de crédito, tienen menos experiencia en comprar por correo, y generalmente son más conservadores en sus hábitos de compra". Debido a esos desafíos, los sitios de comercio electrónico deben promover enérgicamente sus ventajas a fin de cambiar efectivamente el comportamiento de los compradores o ajustar sus operaciones a fin de que respeten las costumbres locales. Por ejemplo, debido a que los consumidores europeos y japoneses no usan regularmente tarjetas de crédito, los sitios Amazon.co.uk y Amazon.de ofrecen opciones de pago adicionales, como hacerlo con cheques y giros postales, que reflejan las necesidades y patrones de conducta del consumidor internacional.

Al expandirse internacionalmente, Amazon.com ha aprendido varias estrategias clave que nos han ayudado a superar una variedad de obstáculos y dificultades.

- **Adhesión a las leyes locales:** la primera prioridad de todos los vendedores electrónicos que quieren expandirse internacionalmente es respetar las leyes locales. Antes de concentrarse en brindar una selección y servicios mejores a los clientes, hay que asegurarse de que la compañía no incurre en problemas legales debido a sus acciones. Por ejemplo, en Alemania no se permite a los vendedores reducir el precio de los libros. Debido a que Amazon.com es sumamente considerada por nuestros precios competitivos, esta ley nos forzó a examinar nuestras ventajas y encontrar otras maneras de satisfacer las necesidades diversas de los clientes alemanes, como nuestra amplia selección de productos y servicios y la perspectiva brindada por los editores locales.

Los acuerdos internacionales también son importantes. Por ejemplo, algunas cuestiones sobre la privacidad en línea son más sensibles en Europa que en Estados Unidos.

En efecto, la Unión Europea y el gobierno de Estados Unidos llegaron recientemente a un acuerdo preliminar para el tratamiento de datos personales y confidenciales. En Amazon.com usamos la información personal para llevar beneficios adicionales a nuestros clientes, como una experiencia de compra más personalizada. Por ejemplo, cuando un cliente está considerando la compra de un libro, le ofrecemos otras selecciones sobre temas en los que el cliente ha mostrado previamente un interés.

Además de respetar las costumbres locales, los sitios de comercio electrónico deben superar costumbres como horarios limitados o abastecimientos insuficientes que pueden causar que no se satisfagan las necesidades del cliente y crear su resentimiento.

- **Expansión por medio de adquisiciones:** para algunas compañías de comercio electrónico la compra de firmas vendedoras al por menor en el mercado seleccionado es una manera de ayudar a expandirse internacionalmente. Amazon.com compró dos sitios de comercio electrónico europeos a comienzos de 1988 (Telebuch en Alemania y Bookpages en Reino Unido) y luego los volvió a lanzar como sitios bajo la marca de Amazon.com. Los sitios tenían una clientela leal, lo cual le permitió a Amazon.com obtener inmediatamente una base sólida de clientes en esos mercados.

- **Establecer una presencia en el terreno:** incluso con las capacidades increíbles de la Internet, puede ser difícil operar un negocio internacional sin tener alguna clase de presencia física en otros países. Esto puede asumir la forma de personal de ventas en el terreno en mercados clave, centros de distribución internacional y centros de servicio al consumidor.

Debido al apoyo abrumador que ha recibido Amazon.com del público europeo, sabíamos que nuestros depósitos de mercancía y nuestros centros de servicio al consumidor en Estados Unidos no podrían sostener el nivel de ventas que esperábamos en Europa. Para satisfacer esta demanda creciente, Amazon.com abrió centros de servicio al consumidor en Slough, Inglaterra, y Regensburg, Alemania, y más recientemente abrió un centro en La Haya para atender pedidos de Alemania, Reino Unido y el resto de Europa, empleando representantes políglotas para atender a la diversa clientela europea.

- **Seleccionar un mercado receptivo:** Los vendedores en línea deberían buscar mercados cuyas necesidades estén

alineadas estrechamente con los productos y servicios que ellos ofrecen. Por ejemplo, mucha gente me ha preguntado, "¿Por qué Alemania?". El Reino Unido es un destino común para la expansión internacional de muchas compañías, pero Amazon.com también vio un gran potencial en el mercado alemán. En este mercado, los vendedores en línea pueden prosperar al brindar un nivel de servicio al cliente que es imposible de encontrar en las tiendas físicas. Además, Alemania es una nación importante en el campo editorial y la lectura, con aproximadamente 2.000 casas editoras, lo cual indica un fuerte deseo de libros, que constituyen el segmento básico de Amazon.com.

- **Nunca debe subestimarse la importancia del servicio al consumidor:** Después que un sitio de comercio electrónico ha establecido una presencia internacional, debe concentrarse continuamente en proveer un servicio excepcional al consumidor. La meta de Amazon.com es crear la compañía más orientada hacia el consumidor en el mundo, y por ello la capacidad de ofrecer el mejor servicio posible al consumidor, tanto nacional como internacionalmente, es la más alta prioridad. Con ese fin, hemos contratado editores locales tanto en Alemania como en el Reino Unido para que nos brinden la perspectiva que sólo pueden ofrecer los residentes locales. También hemos hecho que la vista y sensación de los sitios Amazon.co.uk y Amazon.de sean consecuentes con el sitio original de Amazon.com, ofreciendo una sensación de familiaridad a los clientes que conocían nuestro sitio primario. Y hemos ofrecido los mismos servicios innovadores en nuestros sitios internacionales así como en el sitio estadounidense, tales como Auctions (subastas) y zShops (compra fácil) que permiten a los clientes comprar y vender productos con otros clientes de Amazon.com, expandiendo la selección de productos disponibles a través del sitio.

LO QUE HACE FALTA

Por medio de nuestra atención a los clientes y estudios cuidadosos, los esfuerzos de Amazon.com han sido recompensados con un apoyo importante de los clientes. Según Media Metrix, Amazon.co.uk, Amazon.de y Amazon.com son los tres sitios más populares de comercio electrónico entre el público europeo. Amazon.co.uk ha creado una base de clientes de más de un millón en menos de 18 meses, y Amazon.de también tiene más de un millón de clientes.

Pero a fin de que la industria del comercio electrónico se siga expandiendo internacionalmente, los vendedores al por menor y los clientes deben instar a los gobiernos a que se abstengan de dictar reglamentaciones o impuestos que puedan frenar su crecimiento. Es difícil recordar que la Internet todavía está en su infancia y requiere políticas que fomenten el crecimiento y promuevan el acceso a Internet en todo el mundo. No podemos saber cómo el comercio electrónico beneficiará nuestras vidas en el futuro, de manera que los gobiernos deberían ser cuidadosos en no limitar la clase de pensamiento innovador que ha traído a la industria hasta este mundo. Al trabajar juntos con los gobiernos, los vendedores en línea como Amazon.com pueden ayudar a realizar el potencial pleno de Internet.

De la misma manera en que Amazon.com ha tenido éxito internacionalmente, otros sitios de comercio electrónico pueden lograr resultados respetando las leyes y costumbres locales mientras atienden necesidades universales y adecúan sus ofertas no sólo para satisfacer sino también exceder las expectativas locales. Al brindar una selección, comodidad y servicios mejores que los que los compradores internacionales reciben de las tiendas físicas, las compañías de comercio electrónico pueden crear una presencia fuerte en otros países y preparar el camino para una exitosa expansión internacional. □

Nota: Las opiniones expresadas en este artículo no reflejan necesariamente la política del gobierno de Estados Unidos ni la publicación del artículo sugiere una promoción de Amazon.com.

HECHOS Y CIFRAS

□ LA RED MUNDIAL DE TECNOLOGIA

La Red Mundial de Tecnología (RTM), administrada por la Oficina de Desarrollo Comercial de la Agencia de Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID), asesora a empresas pequeñas en los países en desarrollo para la formación de asociaciones con compañías estadounidenses. Los socios de RTM están conectados entre sí por un sistema de comunicación en la Internet y un servicio de oportunidades de comercio que facilitan su mutua colaboración. La RTM se concentra especialmente en agricultura, comunicaciones e informática, medio ambiente, energía y tecnología de la salud.

¿COMO FUNCIONA EL PROGRAMA RTM?

El programa RTM vincula las necesidades de una compañía en un país en desarrollo con las instalaciones de firmas estadounidenses equipadas para suministrar las soluciones tecnológicas del caso. En cada país una red de organizaciones e individuos asociados identifica y localiza las oportunidades de negocio; esta información se transmite a RTM en Washington, donde es evaluada, vinculada y diseminada electrónicamente a firmas estadounidenses inscritas en la base de datos de RTM.

Ejemplo de algunos de los éxitos logrados.

- Un ministro de Singapur compró de una compañía en Minnesota equipos para el control de emanaciones por valor de 850.000 dólares.
- Una firma de informática en Nueva Jersey se asoció con una compañía de Camerún para suministrar equipos de satélite a 25 ciudades.
- Una compañía chilena compró de una empresa en Ohio equipos para elaborar alimentos y productos lácteos por valor de 350.000 dólares, para su distribución en todo Chile.
- Una compañía de California logró un contrato por 280.000 dólares para vender a una firma coreana equipos para vigilar la contaminación.
- Una compañía de importación y exportación de Missouri celebró un memorándum de acuerdo con una firma ugandesa para suministrar tubería para la conducción de agua por valor de 1,3 millones de dólares.
- Una compañía de Montana exportó a Colombia equipo compacto para el tratamiento de aguas residuales por valor de 100.000 dólares.

SUBSIDIOS DE VIAJE DE RTM

Un pequeño programa de subsidios de viaje presta apoyo a firmas que buscan información sobre posibles asociaciones RTM. Tanto los países en desarrollo como empresarios estadounidenses pueden obtener subsidios de RTM. Estos subsidios, hasta un máximo de 5.000 dólares, pueden ser utilizados para financiar viajes, demostración de equipos y productos y demás actividades aprobadas por el programa.

CENTROS DE APOYO A EMPRESAS

La RTM colabora con las misiones de USAID para establecer en los países centros de apoyo a las empresas a fin de suministrarles servicios locales y conexiones de mercado. Estos centros ayudan a compañías de pequeña y mediana escala, en los países en desarrollo, a obtener acceso a tecnología, productos y servicios estadounidenses que les permitan competir en forma eficaz en los mercados locales, regionales y mundiales. Generalmente los centros están ubicados en las oficinas de las cámaras nacionales de comercio de los países en desarrollo.

EXTENSION COMERCIAL DE RTM

Las oficinas de extensión de USAID en California, Florida, Illinois y Washington hacen el seguimiento de las transacciones comerciales potenciales, así como la información sobre adquisiciones generales de USAID. Los Centros de Ayuda a la Exportación de Estados Unidos y 30 organizaciones estatales socias comerciales en Alaska, Arkansas, California, Carolina del Norte, Colorado, Dakota del Sur, Delaware, Florida, Georgia, Hawaii,

Idaho, Iowa, Luisiana, Maine, Maryland, Massachusetts, Michigan, Minnesota, Missouri, Montana, Nevada, Nueva Jersey, Nueva York, Pennsylvania, Tennessee, Utah, Vermont, Virginia, Washington y Washington D.C. proveen extensión adicional.

INICIATIVAS REGIONALES DE COMERCIO DE RTM

El programa RTM suministra contactos electrónicas de comercio que facilitan el comercio interno y regional en áreas en todo el mundo donde USAID presta ayuda. Mediante la financiación proveniente de la oficina o misión regional de USAID la RTM establece un sistema electrónico para vincular oportunidades comerciales y una red de comunicaciones en organizaciones de países sede seleccionados y capacita personal local para el uso de dicha red. Esta iniciativa regional RTM complementa los objetivos estratégicos de USAID, ya que crea un vínculo permanente con los mercados internos, regionales y de Estados Unidos.

SERVICIOS DE LAS MISIONES DE COMERCIO DE RTM

Los servicios RTM de las misiones de comercio, que incluyen sesiones de información sectoriales y apoyo a la participación en redes con misiones de USAID fuera de la sede y socios internos, se suministran en colaboración con otros organismos estadounidenses y multilaterales. Las misiones de comercio se realizan en oficinas de USAID en el Centro de Comercio Internacional en Washington. Existen servicios similares para delegaciones de comercio de RTM patrocinadas por las misiones de USAID y embajadas de Estados Unidos en el exterior, embajadas extranjeras y otras organizaciones socias de RTM.

Durante el año 2000 RTM participará en misiones de comercio en Argentina, Mauricio, Nigeria, Túnez y Egipto, entre otros lugares. La RTM dice que la nueva plana de dirigentes de Nigeria, encabezada por el presidente Olusegun Obasanjo, se ha comprometido en privatizar muchas compañías de propiedad estatal. "Con una población de más de 110 millones, Nigeria constituye un enorme mercado en gran parte inexplorado por compañías estadounidenses", dice una declaración de RTM.

PAISES EN LOS CUALES OPERA RTM

Asia y Cercano Oriente: Egipto, Hong Kong, India, Indonesia, Jordania, Corea, Malasia, Mongolia, Marruecos, Filipinas, Singapur, Sri Lanka, Taiwán.

Africa: Burkina Faso, Camerún, Ghana, Kenya, Mauricio, Senegal, Tanzania, Uganda, Zimbabwe.

América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México, Panamá, Perú, Uruguay.

Europa Oriental y Nuevos Estados Independientes: Armenia, Bulgaria, Croacia, República Checa, Hungría, Kazajstán, Macedonia, Polonia, Rumania, Rusia. □

Red Mundial de Tecnología
1629 K Street, N.W., Suite 1000
Washington, D.C. 20006
Tel. 800-872-4348
Fax: 202-466-4597
Internet: <http://www.usgtn.org/>

❑ EL COMERCIO ELECTRONICO: UN ESFUERZO INTERNACIONAL

El desarrollo del comercio electrónico obviamente comenzó en Estados Unidos. Pero algunas de las principales organizaciones internacionales se ocupan activamente de cuestiones relacionadas con el comercio electrónico, como ser la propiedad internacional, la seguridad de la Internet y la aplicación de impuestos, para asegurar que el comercio que se realice en la Internet esté libre de restricciones comerciales y que tanto los países en desarrollo como los industriales tengan acceso a las oportunidades que ofrece el negocio electrónico.

A continuación, algunos de los esfuerzos que estas organizaciones realizan acerca del comercio electrónico.

ORGANIZACION DE COOPERACION Y DESARROLLO ECONOMICOS (OCDE)

La OCDE ha difundido un número de pautas e informes sobre políticas para examinar las implicaciones que el comercio electrónico tiene para los gobiernos, empresas comerciales y público en general, y proveer recomendaciones para medidas en el futuro. Puede encontrarse los siguientes informes y pautas en la Internet, en <http://www.oecd.org/dsti/sti/it/ec/index.htm>.

- ***Pautas para la protección del consumidor en el contexto del comercio electrónico*** (diciembre de 1999): ayudan a gobiernos, empresas comerciales y representantes de consumidores a desarrollar y poner en práctica mecanismos en línea para la protección del consumidor.
- ***Infraestructura informática mundial-Sociedad informática mundial*** (mayo de 1997): estimula el desarrollo de políticas que aprovechan plenamente las contribuciones hechas por los adelantos en la tecnología informática.
- ***Pautas para una política sobre la criptografía*** (marzo de 1997): orienta a los países en la formulación de sus políticas y leyes relacionadas con la utilización de la criptografía.

- ***Pautas para la seguridad de los sistemas de información*** (noviembre de 1992): aborda la seguridad del comercio electrónico transfronterizo, incluso las transacciones monetarias electrónicas y los pagos mediante la Internet.

- ***Declaración sobre el movimiento transfronterizo de información*** (abril de 1985): promueve el acceso y la protección de información que afecta el movimiento transfronterizo de información.

- ***Pautas que rigen la protección de la privacidad y el movimiento transfronterizo de información particular*** (septiembre de 1980): procura la armonización de las leyes nacionales sobre la privacidad y provee una estructura para facilitar el movimiento internacional de información, apoyando al mismo tiempo los derechos humanos.

ORGANIZACION MUNDIAL DEL COMERCIO (OMC)

El 30 de septiembre de 1998, el Consejo General de la OMC estableció un programa formal de trabajo para abordar varios asuntos del comercio electrónico pertinentes a la OMC, como la propiedad intelectual, adquisiciones gubernamentales, derechos de importación sobre productos de la tecnología informática y servicios. También se logró un acuerdo de no imponer derechos de importación a las transmisiones electrónicas. La moratoria sobre la aplicación de impuestos sigue en efecto. Diferentes comisiones de la OMC están aplicando el actual programa de trabajo y en julio de 1999 se sometieron los informes iniciales. Las comisiones y direcciones en la web de los informes iniciales son las siguientes:

- **Consejo para el Comercio de Servicios:** Examina cuestiones del comercio electrónico relacionadas con el trato de nación más favorecida, transparencia, competencia, privacidad, trato nacional, acceso a redes públicas de transmisión de telecomunicaciones y derechos de aduana.
http://www.wto.org/wto/ecom/e_cts.htm

- **Consejo para el Comercio de Bienes:** Examina el acceso a los mercados para productos relacionados con el comercio electrónico, asuntos de valoración, normas y reglas de origen.

http://www.wto.org/wto/ecom/e_ctg.htm

- **Consejo para la Propiedad Intelectual relacionada con el Comercio:** Examina la protección y observación de los derechos de autor y marcas comerciales.

http://www.wto.org/wto/ecom/e_trips.htm

- **Comisión para Comercio y Desarrollo:** Examina los efectos del comercio electrónico y perspectivas económicas de los países en desarrollo, y cómo aumentar la participación de los países en desarrollo en el comercio electrónico.

http://www.wto.org/wto/ecom/e_ctd.htm

COMISION DE LAS NACIONES UNIDAS SOBRE EL DERECHO MERCANTIL INTERNACIONAL (UNCITRAL)

UNCITRAL, el organismo jurídico central del sistema de Naciones Unidas en el terreno del derecho mercantil internacional, ha formulado un modelo para el derecho mercantil electrónico, aprobado por la Asamblea General de la ONU, que respalda el uso comercial de los contratos internacionales en el comercio electrónico. Esta ley modelo establece reglas y normas que validan y reconocen los contratos formulados por medios electrónicos, fija reglas para formulación de contratos y para la administración del comercio por contratos electrónicos, define las características de la redacción electrónica y del documento original válido, fija disposiciones para la aceptabilidad de la firma electrónica para propósitos jurídicos y comerciales, y apoya la admisión de evidencias computarizadas en tribunales y procesos de arbitraje. La Ley Modelo es utilizada en muchos países y legisladores de todas partes del mundo la consideran generalmente una referencia útil. También se debe a UNCITRAL una Ley Modelo sobre la Transferencia Internacional de Créditos, en 1992, y la publicación de una guía jurídica sobre la transferencia electrónica de fondos, en 1987.

<http://www.uncitral.org/en-index.htm>

FORO DE COOPERACION ECONOMICA DE ASIA Y EL PACIFICO (CEAP)

Los ministros de la décima primera reunión ministerial de CEAP celebrada el 9 y 10 de septiembre de 1999 en

Nueva Zelanda, emitieron una declaración en la que señalaron el potencial del comercio electrónico de permitir un "estímulo extraordinario al crecimiento y comercio regionales". La declaración ofrece las siguientes pautas y medidas para el trabajo futuro tendiente a un comercio exento de documentación en papel en el año 2005 entre las economías desarrolladas y en el 2010 entre las economías en desarrollo.

- El sector privado desempeña el papel clave en promover el cambio y la innovación, mientras que el sector público debe asegurar que exista un entorno regulador favorable para que florezca el comercio electrónico.

- El sector privado desempeña el papel clave en promover el cambio y la innovación, mientras que el sector público debe asegurar que exista un entorno regulador favorable para que florezca el comercio electrónico.

- Los países miembros deben iniciar los trabajos sobre la protección del consumidor.

- Los países miembros deben iniciar los trabajos sobre la protección del consumidor.

ORGANIZACION MUNDIAL PARA LA PROPIEDAD INTELECTUAL (OMPI)

En septiembre de 1999, los estados miembros de la OMPI aprobaron la Agenda Digital, cuyas metas principales son:

- Ampliar la participación de los países en desarrollo en el comercio electrónico mediante la utilización de WIPOnet.

- Facilitar el comercio electrónico al extender los principios del Tratado Mundial sobre Presentaciones y Fonogramas a las presentaciones audiovisuales, adaptando los derechos de las radiodifusoras a la era digital y lograr progresos en un acuerdo internacional sobre la protección de los bancos de datos.

- Limitar el abuso de las marcas comerciales en la Internet al determinar el equilibrio apropiado entre derechos del propietario de un nombre de dominio y los del dueño del derecho sobre la propiedad intelectual.

- Procurar reglamentos para determinar la responsabilidad que los proveedores de servicios en línea tienen sobre la propiedad intelectual.

- Promover el otorgamiento de licencias para la expresión digital de patrimonios culturales y la administración en línea de disputas sobre propiedad intelectual.

- Desarrollar procedimientos en línea, lo antes posible, para presentar y administrar solicitudes internacionales pertinentes al Tratado de Cooperación en Patentes, el Sistema de Madrid, y el Acuerdo de La Haya.
<http://www.wipo.org/eng/pressrel/1999/p185r.htm>

AREA DE LIBRE COMERCIO EN LAS AMERICAS (ALCA)

Una comisión conjunta de expertos de los sectores gubernamentales y privados, reunidos con auspicio de ALCA, presentó en septiembre de 1999 sus recomendaciones a los ministros, en las que piden un mayor desarrollo de la infraestructura de las telecomunicaciones, costos más bajos de las telecomunicaciones, mayor capacitación relacionada con las tecnologías digitales, y protección efectiva de la propiedad intelectual. Específicamente, el informe urgió a:

- Mayor competencia en el sector privado en los servicios de telecomunicaciones, para facilitar costos más bajos.

- Acceso por parte del gobierno, en forma no discriminatoria, a las redes de telecomunicaciones públicas.

- Ampliar los servicios de la Internet abiertos al público, en escuelas, bibliotecas, centros comunitarios y centros de teléfonos públicos.

- Respaldar el establecimiento de normas en las organizaciones internacionales, voluntarias y organismos basados en el consenso general.

- Identificar y eliminar las barreras jurídicas al reconocimiento de registros y transacciones electrónicas.

- Adoptar un sistema eficaz de pagos electrónicos fácilmente al alcance de la comunidad empresarial y de los consumidores. □

Para tener acceso en línea al informe, favor de dirigirse a:
<http://www.ecommerce.gov/PressRelease/ecom-01.html>.

□ LA INTERNET Y LOS DERECHOS DE ADUANA

Por Demetrios Marantis, asesor letrado adjunto, Oficina de la Representante de Comercio de Estados Unidos (USTR), y Jonathan McHale, director de la Oficina de Industria en la USTR

Uno de los objetivos primordiales de Estados Unidos en lo que se refiere al comercio electrónico es que las transacciones que se llevan a cabo en la Internet puedan realizarse sin obstáculos. En este sentido, Estados Unidos ha tratado de mantener el ciberespacio "libre de derechos" — es decir, libre de aranceles o derechos de aduana sobre las transmisiones electrónicas (los flujos de datos que constituyen productos y servicios en el ciberespacio). Al presente, ningún miembro de la Organización Mundial del Comercio (OMC) considera las transmisiones electrónicas como importaciones sujetas a derechos con propósitos aduaneros. De hecho, los gobiernos miembros de la OMC acordaron en mayo de 1998 continuar absteniéndose de imponer derechos de aduana a las transmisiones electrónicas.

Un ciberespacio libre de derechos de aduana no significa que los bienes físicos ordenados a través de la Internet estén libres de derechos de aduana. Ni significa que los artículos ordenados electrónicamente estén exentos de impuestos internos. Un ciberespacio libre de derechos significa, simplemente, que las transmisiones electrónicas que llegan desde el extranjero no están sujetas a derechos de aduana en la frontera.

Los socios comerciales de Estados Unidos reconocen los obvios beneficios de continuar con esta moratoria. Estimula la competencia, la innovación y el vigoroso espíritu de empresa en la Internet y evita los efectos de los derechos de aduana, que distorsionan el comercio. Como resultado, los consumidores se benefician con mercancías más baratas, las empresas se benefician con la disciplina del mercado y la economía en general se beneficia con el

crecimiento incrementado. La moratoria evita también los costos asociados con la imposición de derechos de aduana a los transmisiones electrónicas. Para un mecanismo de entregas basado en una red abierta, imponer derechos de aduana "en la frontera" sería una carga que retrasaría el crecimiento del comercio electrónico. Muchas compañías evitarían hacer negocios con países que impusieran tales requisitos.

Aun cuando ningún país actualmente impone derechos a las transmisiones electrónicas, Estados Unidos es el único miembro de la OMC que ha formalizado este compromiso al especificar su lista de aranceles. Estados Unidos insta a todos los miembros de la OMC a que se unan para lograr un compromiso similar que sea internacionalmente obligatorio.

Estados Unidos ha urgido también a los miembros de la OMC que adopten formalmente el entendimiento de que el comercio electrónico cae dentro de las reglas y compromisos existentes de la OMC. Esto es importante, ya que las obligaciones de la OMC ayudan a evitar regulaciones que restringen el comercio afectando el comercio electrónico, y actúan como una defensa firme y poderosa contra la regulación no razonable que levanta barreras comerciales. Practicar el comercio electrónico de acuerdo con las reglas y compromisos de la OMC asegurará de ese modo un ambiente predecible, liberalizador del comercio, promoverá el crecimiento del comercio electrónico y creará oportunidades comerciales para los miembros de la OMC en todas las etapas de desarrollo. □

RECURSOS E INFORMACION

CONTACTOS Y SITIOS EN LA INTERNET

Lista de sitios en la Internet con información sobre comercio electrónico (en inglés)

UNITED STATES GOVERNMENT

International Development Cooperation Agency

1300 Pennsylvania Avenue, N.W.
Washington, D.C. 20523 U.S.A.

U.S. Agency for International Development

Global Technology Network
<http://www.usgtn.org>

U.S. Department of Commerce

14th Street and Constitution Avenue, N.W.
Washington, D.C. 20230 U.S.A.

International Trade Administration

Electronic Commerce Task Force
<http://www.ita.doc.gov/td/ecom>

Secretariat for Electronic Commerce

U.S. Government Policy
<http://ecommerce.gov>

National Institute of Standards and Technology

Computer Security Resource Clearinghouse
<http://csrc.nist.gov>

U.S. Department of State

2201 C Street, N.W.
Washington, D.C. 20520 U.S.A.

Bureau of Economic and Business Affairs

Communications and Information Policy
Presidential Internet for Economic Development
Initiative
<http://www.state.gov/www/issues/economic/cip/internet.html>

U.S. Federal Trade Commission

600 Pennsylvania Avenue, N.W.
Washington, D.C. 20580 U.S.A.

Bureau of Consumer Protection

E-Commerce and the Internet
<http://www.ftc.gov/bcp/menu-internet.htm>

U.S. General Services Administration

1800 F Street, N.W.
Washington, D.C. 20405

Federal Electronic Commerce Program Office

<http://ec.fed.gov>

ADDITIONAL U.S. GOVERNMENT WEB SITES

Advisory Commission on Electronic Commerce

<http://www.ecommercecommission.org>

**National Conference of Commissioners on
Uniform State Laws**

Business Laws — Electronic Transactions
<http://www.nccusl.org/uniformacts-subjectmatter.htm>

INTERNATIONAL ORGANIZATION WEB SITES

Asia-Pacific Economic Cooperation (APEC)

<http://www.ecommerce.gov/apec>

European Union (EU)

<http://www.ispo.cec.be/ecommerce/>

Free Trade Area of the Americas (FTAA)

http://www.ftaa-alca.org/spcomm/commece_e.asp

Organization for

Economic Cooperation and Development (OECD)

<http://www.oecd.org/dsti/sti/it/ec>

UN Commission on International Trade Law

<http://www.uncitral.org>

UN Conference on

Trade and Development (UNCTAD)

<http://www.unctad.org/ecommerce>

World Intellectual Property Organization (WIPO)

<http://ecommerce.wipo.int/index-eng.html>

World Trade Organization (WTO)

<http://www.wto.org/wto/ecom/ecom.htm>

BUSINESS, LEGAL, THINK TANK, AND ACADEMIC WEB SITES

American Bar Association

Committee on Cyberspace Law

<http://www.abanet.org/buslaw/cyber>

Carnegie Mellon Software Engineering Institute

CERT Coordination Center

<http://www.cert.org>

Center for Research in Electronic Commerce

University of Texas at Austin

<http://crec.bus.utexas.edu>

Electronic Commerce Resources at Berkeley

The University of California at Berkeley

<http://www.sims.berkeley.edu/resources/ecommerce>

Global Business Dialog on Electronic Commerce

<http://www.gbd.org>

Global Information Infrastructure Commission

A Project of the Center for Strategic and International Studies

<http://www.giic.org/focus/ecommerce/>

Lex Mercatoria -- Electronic Commerce

Commercial Law and E-Commerce Infrastructure Monitor

<http://lexmercatoria.org>

2000 Global Internet Summit

The Tech Center, George Mason University

<http://www.internetsummit.org/default.htm>

United States Council for International Business

<http://www.uscib.org/trade/eleccomm.htm>

INTERNET SUBJECT DIRECTORIES FOR ACCESSING ADDITIONAL, CURRENT E-COMMERCE RESOURCES

Britannica.com, "The Web's Best Sites"

Business: Electronic Commerce

http://www.britannica.com/bcom/internet_guide_display_page/1,5866,8038,00.htm

Northern Light Special Edition

Electronic Commerce

<http://special.northernlight.com/ecommerce/index.html>

College and Research Library News

Internet Resources: Electronic Commerce

<http://www.ala.org/acrl/resoct99.html>

BIBLIOGRAFIA, LECTURAS ADICIONALES

Libros, documentos y artículos sobre comercio electrónico (en inglés)

- Armstrong, C. Michael. *The Internet and E-Commerce* (Briefing the President Papers, No. 4). Washington, D.C.: Internet Policy Institute, March 2000.
http://www.internetpolicy.org/briefing/3_00.html
- Economics and Statistics Administration, Office of Policy Development. *The Emerging Digital Economy II*. Washington, D.C.: U.S. Department of Commerce, June 1999. <http://www.ecommerce.gov/ede/ede2.pdf>
- Evans, Philip and Thomas S. Wurster. *Blown to Bits: How the New Economics of Information Transforms Strategy*. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Publishing, 1999.
- “The Fortune e-50 Index” (Special Section). *Fortune*, vol. 140, no. 11, December 6, 1999, pp. 141-174.
- “Internet and E-Commerce”. *Roll Call*, vol. 45, no. 67, March 27, 2000, pp. 4-14.
<http://www.rollcall.com/pages/pb/00/03/index0327.html>
- Leebaert, Derek, ed. *The Future of the Electronic Marketplace*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1999.
- Mann, Catherine L. *Electronic Commerce in Developing Countries: Issues for Domestic Policy and WTO Negotiations* (Working Papers 2000, No. 00-3). Washington, D.C.: Institute for International Economics, March 2000.
<http://www.iie.com/CATALOG/WP/2000/00-3.pdf>
- Montes, Sabrina. “The Electronic Commerce Landscape: Technology and Business Converging.” In *U.S. Industry & Trade Outlook 2000*, pp. D1-D6. New York: McGraw-Hill; Washington, D.C.: U.S. Department of Commerce, International Trade Administration, 2000.
- “Shopping Around the Web” (A Survey of E-Commerce). *The Economist*, vol. 354, no. 8159, February 26-March 3, 2000, pp. 5-54.
- Slywotzky, Adrian J., Clayton M. Christensen, Richard S. Tedlow, and Nicholas G. Carr. “The Future of Commerce.” *Harvard Business Review*, vol. 78, no. 1, January-February 2000, pp. 40-47.
- Sturgeon, Julie. “E-Commerce.” In *The Year in Computing, 2000 Edition*, pp. 55-83. Tampa, Florida: Government Services Group, 2000.
- Timmers, Paul. *Strategies and Models for Business-to-Business Trading*. New York: John Wiley & Sons, Inc., 1999.
- Tully, Shawn. “The B2B Tool That Really Is Changing the World.” *Fortune*, vol. 141, no. 6, March 20, 2000, pp. 132-145.
- United Nations Conference on Trade and Development. *Building Confidence: Electronic Commerce and Development*. New York: United Nations, 2000.
<http://www.unctad.org/ecommerce/building.pdf>
- U.S. Government Working Group on Electronic Commerce. *Towards Digital eQuality*. Washington, D.C.: Electronic Commerce Working Group, 1999.
<http://www.ecommerce.gov/annrpt.htm>
- Varian, Hal R. *Taxation of Electronic Commerce* (Briefing the President Papers, No. 5). Washington, D.C.: Internet Policy Institute, April 2000.
http://www.internetpolicy.org/briefing/4_00.html
- Westland, J. Christopher and Theodore H. K. Clark. *Global Electronic Commerce: Theory and Cases*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1999.
- Wyckoff, Andrew, Richard D. Wyckoff, and Alessandra Colecchia. *The Economic and Social Impact of Electronic Commerce: Preliminary Findings and Research Agenda*. Washington, D.C.: Brookings Institution Press/Inter-American Development Bank, 2000. □

Perspectivas Económicas

Volumen 5

Publicación electrónica del Departamento de Estado de Estados Unidos

Número 2

INTERNACIONALIZACION DEL COMERCIO ELECTRONICO

Cerrando la
División Digital Mundial

Nuevas Reglas para el
Comercio Electrónico

Estrategias para
Contrarrestar los
Ataques Cibernéticos

Combatiendo
el Fraude
por la Internet

Desarrollo
de la Internet
en Polonia



Mayo de 2000