



**Conferencia de las
Naciones Unidas sobre
Comercio y Desarrollo**

Distr.
General

TD/B/COM.1/EM.17/2/Add.3
4 de octubre de 2001

ESPAÑOL
Original: INGLÉS

JUNTA DE COMERCIO Y DESARROLLO
Comisión del Comercio de Bienes y Servicios
y de Productos Básicos
Reunión de Expertos sobre los intereses de
los consumidores, la competitividad,
la competencia y el desarrollo
Ginebra, 17 a 19 de octubre de 2001

RECOMENDACIONES

del

Seminario regional para Asia y el Pacífico sobre las nuevas dimensiones
de la protección del consumidor en la era de la mundialización

celebrado en Goa (India)

los días 10 y 11 de septiembre de 2001

INTRODUCCIÓN

El Seminario regional para Asia y el Pacífico sobre las nuevas dimensiones de la protección del consumidor en la era de la mundialización fue organizado por la UNCTAD, Consumers International (CI) y el Consumer Unity and Trust Society (CUTS) en Goa (India) los días 10 y 11 de septiembre de 2001. El seminario se celebró en el contexto de la aplicación del Plan de Acción de la X UNCTAD y de la resolución aprobada por la Cuarta Conferencia de las Naciones Unidas encargada de examinar todos los aspectos del conjunto de principios y normas equitativos convenidos multilateralmente para el control de las prácticas comerciales restrictivas. Asistieron al seminario representantes de las organizaciones de consumidores de varios países de la región, inclusive Australia, Bangladesh, China, Fiji, la India, Indonesia, Malasia, Mongolia, Nepal, el Pakistán, Sri Lanka, Tailandia y Viet Nam.

El Ministro de Estado para los Asuntos del Consumidor, la Alimentación y la Distribución Pública de la India, Sr. V. Sreenivasa Prasad, dirigió la palabra al seminario en la sesión de clausura. El seminario aprobó después las recomendaciones que figuran a continuación, en forma de la Declaración de Goa.

DECLARACIÓN DE GOA

1. Teniendo en cuenta la importancia fundamental:
 - a) Del objetivo de atender las necesidades humanas básicas de todos los miembros de la sociedad, en particular los sectores rurales y menos favorecidos de la población;
 - b) De la necesidad de promover la convergencia de las preocupaciones de los consumidores y las relacionadas con el medio ambiente;
 - c) Del apoyo a las actividades a nivel nacional y regional para documentar los conocimientos tradicionales no estructurados a fin de promover una producción y un consumo sostenibles; y
 - d) De los esfuerzos encaminados a reducir la falta de equidad y a incrementar la eficiencia, incluso mediante la adopción de normas sobre la libre competencia;

el seminario convino en que unas políticas de competencia y de protección del consumidor debidamente aplicadas podían aportar una contribución decisiva a la competitividad y al desarrollo sostenible.

RECOMENDACIONES

2. El seminario formuló pues las siguientes recomendaciones para que fueran examinadas en la Reunión de Expertos sobre los intereses de los consumidores, la competitividad, la competencia y el desarrollo (Ginebra, 17 a 19 de octubre de 2001):
 - a) La UNCTAD debería reforzar su mecanismo institucional a fin de promover los intereses de los consumidores, seguir de cerca la aplicación de las Directrices de las Naciones Unidas para la protección del consumidor y estudiar la posibilidad de su

extensión, teniendo presentes las recientes novedades en el proceso de mundialización y los adelantos en la tecnología de la información. Ese mecanismo debería considerar la posibilidad de:

- i) realizar estudios:
 - a) sobre la posible utilización abusiva de la competencia en los sectores de la concesión de patentes y licencias de productos farmacéuticos, alimenticios y biotecnológicos, así como de insumos agrícolas, y
 - b) sobre los efectos de los acuerdos comerciales y del comportamiento de las empresas mundiales sobre los consumidores y los pequeños productores de alimentos;
 - ii) ayudar a establecer servicios de asesoramiento jurídico y de investigación con miras a reforzar la capacidad de los grupos de consumidores para preparar y presentar escritos y alegatos amicus curiae en el foro de solución de controversias comerciales multilaterales y a proporcionar y/o apoyar formación jurídica especializada para la interpretación de acuerdos internacionales;
 - iii) promover el intercambio de información y la transparencia a nivel empresarial, gubernamental e internacional;
 - iv) formular propuestas con miras a garantizar que los productos derivados de los conocimientos indígenas sigan siendo de dominio público y que la publicación de la fuente de un producto patentado sea obligatoria a fin de poner término a la biopiratería, y
 - v) fomentar la creación de capacidad mediante la prestación de ayuda a los países en desarrollo, cuando lo soliciten, para adoptar o reformar la legislación sobre la protección del consumidor y la competencia, y la organización de reuniones técnicas y seminarios en esos países con miras a promover las Directrices de las Naciones Unidas para la Protección del Consumidor y su aplicación.
- b) La labor encaminada a extender estas Directrices de las Naciones Unidas debería dar lugar a, o tener mejor en cuenta:
- i) una evaluación de la forma en que los intereses de los consumidores se toman en consideración en los actuales o posibles futuros acuerdos internacionales, en particular los acuerdos comerciales;
 - ii) una ampliación de la concentración en las necesidades de los consumidores para que también incluya un criterio basado en los derechos de los ciudadanos-consumidores y las responsabilidades de los productores y proveedores de bienes y servicios;

- iii) la necesidad de fortalecer los organismos y las organizaciones no gubernamentales que se ocupan de la protección del consumidor en los países en desarrollo en sus actividades para ayudar a los gobiernos a adoptar decisiones con pleno conocimiento de causa;
- iv) la importancia de la protección del consumidor para la equidad, la justicia social y la eficiencia económica, y de la garantía de que la aplicación y cumplimiento de la legislación sobre la protección del consumidor y la competencia se logren en forma eficaz a fin de alcanzar los objetivos previstos;
- v) el reconocimiento de las grandes posibilidades existentes para utilizar la tecnología de la información a fin de promover el desarrollo social, difundir información y reducir las lagunas y asimetrías existentes en materia de información entre los productores y los consumidores;
- vi) mecanismos internacionales de protección del consumidor, incluso en relación con las transacciones transfronterizas, el fraude transfronterizo, el comercio electrónico, etc.;
- vii) el fomento de la cooperación regional en materia de fomento de la capacidad, el control de calidad de los alimentos y los productos farmacéuticos importados, y la aplicación y el cumplimiento de acuerdos;
- viii) la incorporación de las opiniones e intereses de los consumidores, en particular los de la mujer, en todos los niveles de los procesos de formulación de políticas y de adopción de decisiones, a través de canales y mecanismos concretos, incluso la participación en la adopción de decisiones;
- ix) la garantía del otorgamiento de suficientes recursos e independencia a las autoridades reguladoras, de protección del consumidor y de la competencia;
- x) la concesión de prioridad a las esferas del abastecimiento de agua pura y el saneamiento, la nutrición, la seguridad alimentaria, la inocuidad de los alimentos, el acceso a los suministros y servicios indispensables en materia de atención de la salud, inclusive medicinas alternativas e indígenas que sean seguras, inocuas y de buena calidad, la educación, los transportes, la energía y la vivienda;
- xi) la intensificación de las consultas con la sociedad civil acerca de los acuerdos comerciales, así como el estudio de las consecuencias de estos acuerdos, y la difusión de información sobre ellos;
- xii) la garantía de transparencia por parte de las empresas con respecto a la información sobre sus productos;
- xiii) la creación de un entorno propicio para las asociaciones de consumidores a fin de crear una masa crítica;

- xiv) la garantía de que se velará por el desarrollo de medios de comunicación entre las organizaciones de las Naciones Unidas y los consumidores a fin de llegar al nivel de base, sobre todo en lo tocante a las consecuencias del proceso de mundialización;
- xv) la creación y promoción de asociaciones y vínculos entre los consumidores rurales y urbanos.
