



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

Distr.
GENERAL

TD/B/COM.3/10
2 de octubre de 1997

ESPAÑOL
Original: INGLÉS

JUNTA DE COMERCIO Y DESARROLLO
Comisión de la Empresa, la Facilitación de la
Actividad Empresarial y el Desarrollo
Ginebra, 1º de diciembre de 1997
Tema 4 del programa provisional

INFRAESTRUCTURA DE SERVICIOS PARA EL DESARROLLO
Y EVALUACIÓN DE LA EFICIENCIA COMERCIAL

Informe de la secretaría de la UNCTAD

INDICE

	<u>Párrafos</u>	<u>Página</u>
INTRODUCCIÓN	1 - 4	2
I. NUEVOS SERVICIOS PARA EL DESARROLLO	5 - 33	3
1. Antecedentes	5 - 17	3
2. Acción	18 - 26	6
3. Resultados esperados e impacto para el desarrollo	27	10
4. Perspectivas y desafíos futuros - Prioridades	28 - 33	10
II. CUESTIONES DE EFICIENCIA COMERCIAL	34 - 71	12
1. Estrategia de eficiencia comercial	34 - 56	12
2. Dimensiones jurídicas del Programa de Centros de Comercio	57 - 63	21
3. Cooperación interinstitucional en la esfera de la eficiencia comercial	64 - 70	24
4. Evaluación de la eficiencia comercial	71	26

INTRODUCCIÓN

1. La Comisión de la Empresa, la Facilitación de la Actividad Empresarial y el Desarrollo, durante su primer período de sesiones que tuvo lugar del 20 al 24 de enero de 1997, llevó a cabo un detenido debate e intercambio de puntos de vista para lo que contó con la documentación preparada y las exposiciones hechas por la secretaría acerca del tema 4 del programa, cuyo enunciado era "Infraestructura de servicios para el desarrollo y evaluación de la eficiencia comercial". La Comisión reconoció la importancia de proseguir la labor encomendada por la IX UNCTAD en el documento "Una asociación para el crecimiento y el desarrollo" (TD/370), sobre la base de la Declaración Ministerial de Columbus, en las esferas de la infraestructura de servicios para el desarrollo y la eficiencia comercial. Al aprobar sus conclusiones convenidas en el primer período de sesiones, la Comisión consideró que la labor de la secretaría en las esferas de las telecomunicaciones, los transportes, las aduanas, la banca y los seguros, las prácticas comerciales y la facilitación del comercio, la información comercial, el tránsito, el desarrollo de los recursos humanos y las cuestiones jurídicas debía proseguirse de una manera integrada, de manera que se maximizasen las sinergias y las economías de escala que se pudiesen identificar entre esas esferas. Así pues, la Comisión dio directrices y estableció prioridades para la labor de la secretaría durante su segundo período de sesiones.

2. En ese contexto, la Comisión pidió a la secretaría que hiciese una evaluación del Programa de Centros de Comercio -con inclusión de la medida en que estos centros cooperan entre sí- para redactar una nota informativa sobre la base de un análisis de la rentabilidad de los procedimientos y medios prácticos de asegurar la protección jurídica de los nombres y los logotipos de los centros de comercio y la red mundial de centros de comercio y para preparar un informe provisional sobre cuya base pudiese organizarse una evaluación de la eficiencia comercial. La Comisión también subrayó la importancia de proseguir y acentuar la cooperación entre la UNCTAD y otros órganos del sistema de las Naciones Unidas y los organismos especializados, para lo que solicitó a la secretaría un informe sobre la amplitud de esa cooperación.

3. También decidió examinar en su segundo período de sesiones la contribución que los servicios infraestructurales podían hacer al sector informal y al desarrollo de las microempresas. Como la Comisión se ocupará de esa cuestión por primera vez, la primera sección del presente documento está dedicada a un informe sobre los progresos de las actividades que la secretaría de la UNCTAD ha iniciado para contribuir al desarrollo de los servicios infraestructurales específicamente destinados a prestar asistencia al sector informal y a promover el desarrollo de las microempresas.

4. La segunda sección del documento se refiere a los otros cuatro puntos del programa de la Comisión, a saber: 1) la estrategia de la eficiencia comercial; 2) los aspectos jurídicos del Programa de Centros de Comercio; 3) la cooperación interinstitucional en materia de eficiencia comercial; y 4) la evaluación de la eficiencia comercial. La estrategia

para los centros de comercio y la evaluación más reciente de las actividades de los centros de comercio se examinan con mayor detalle en un documento separado, la Trade Point Review. La cuestión de la metodología para la evaluación de la eficiencia comercial se trata en el documento TD/B/COM.3/10/Add.1.

I. NUEVOS SERVICIOS PARA EL DESARROLLO

"... La finalidad es incluir al mayor número posible de pobres de todo el mundo en la zona en expansión donde existen oportunidades, mediante el mejoramiento de las condiciones para la inversión interna e internacional, la creación de puestos de trabajo y el desarrollo centrado en el pueblo y logrado con su impulso."

Kofi Annan, Secretario General de las Naciones Unidas

1. Antecedentes

5. Las estimaciones del Informe sobre desarrollo humano 1996 del PNUD son que un tercio de la población mundial -1.300 millones de personas- viven en la pobreza. Los pobres tienden a ganarse la vida en el denominado "sector informal" y ello representa tanto un desafío como una oportunidad de desarrollo. Es un desafío lograr que la gente que trabaja en el sector informal no esté condenada a la exclusión social en el contexto de una economía mundializada en la que dominan las fuerzas del mercado y cuyo orden del día es la competencia, el beneficio, la eficiencia, el saber y la tecnología. Es una oportunidad porque se trata de una fuerza productiva durmiente que puede constituir un importante motor para el desarrollo. La energía inherente a esa fuerza no debe desconocerse, pues su fuerza impulsora es la lucha por la sobrevivencia.

6. La microempresa, con su flexibilidad y prontitud de respuesta a las oportunidades de crecimiento, constituye un importante y rápidamente emergente instrumento para los esfuerzos encaminados a aliviar la pobreza. El desarrollo y crecimiento de las microempresas requiere la disponibilidad de unos servicios locales de apoyo que sean accesibles, pues en la mayoría de los países en desarrollo esos servicios están actualmente limitados y no responden a las necesidades específicas de este sector. Tales servicios van desde el asesoramiento comercial, la comercialización y la capacitación a los servicios financieros tales como el crédito, el ahorro y los seguros. La debilidad de la infraestructura de servicios necesaria es la razón por la que muchas microempresas potencialmente rentables y creadoras de puestos de trabajo nunca consiguen despegar económicamente.

"Más de 500 millones de los pobres económicamente activos del mundo tienen microempresas y pequeñas empresas rentables. Menos de un 2% de esos empresarios con bajos ingresos tiene acceso a servicios financieros distintos de los prestamistas."

Grupo consultivo de ayuda a la población más pobre

7. La estrategia de la secretaría ha sido identificar las esferas en las que la UNCTAD tiene una ventaja comparativa y puede contribuir de manera práctica a la satisfacción de las necesidades del sector informal. Una de esas esferas ha sido la promoción de la organización de un mercado de microfinanciación internacional, que es objeto del presente documento. Otras iniciativas prácticas conducentes al desarrollo de la infraestructura de servicios para el sector informal, tales como los centros de microempresas y los esquemas de microseguros, son actualmente objeto de exploración y, una vez que se lleve a cabo su verificación sobre el terreno, se informará sobre ellos a la Comisión.

8. Si bien existen muchas iniciativas tanto de organizaciones no gubernamentales como de organizaciones internacionales para prestar servicios microcrediticios y aunque la demanda de esos servicios es creciente (su demanda potencial se estima en 120.000 millones de dólares de los EE.UU.), los fondos para financiar esos servicios (que en más de un 50% proceden de donantes) son limitados e incluso disminuyen (según el Comité de Asistencia al Desarrollo de la OCDE, de 1992 a 1995 la AOD neta disminuyó un 14% en términos reales). Así pues, es necesario que los proveedores de microcréditos tengan acceso a los fondos privados y recurran a los mercados financieros internacionales.

9. La UNCTAD, mediante la creación de un fondo privado en Luxemburgo, como el Gobierno de ese país anunció durante la IX UNCTAD y cuya finalidad es realizar inversiones en microfinanzas, ha demostrado su capacidad de servir de catalizador para promover la participación del sector privado en el logro de que el microcrédito sea accesible para el sector informal sobre una base sostenible.

10. Con el propósito de combatir la pobreza, los gobiernos de los países en desarrollo han tratado durante decenios de orientar y ampliar el alcance del crédito mediante bancos de desarrollo y otros programas con patrocinio oficial. Sin embargo, los estudios demuestran que a pesar de subvenciones masivas, los problemas de insolvencia y liquidez han acosado a los bancos de desarrollo, que han tenido poco éxito en que su acción llegase a los beneficiarios previstos: individuos carentes de garantías o con ingresos inferiores a los medios.

11. Ese fracaso se ha debido en parte a la aplicación de mecanismos de concesión de préstamos tradicionales en un mercado en el que las necesidades de créditos individuales son pequeñas, la selección y la supervisión son costosas y la ejecución difícil. Los prestatarios disponen de pocos bienes que puedan servir de garantía, los costos de las transacciones son elevados y con frecuencia el reembolso de las obligaciones no puede ejecutarse a causa de consideraciones políticas o de la falta de incentivos por parte de los funcionarios bancarios. Además, la inexistencia de una infraestructura complementaria tal como los servicios de seguros no ha facilitado la solución del problema del incumplimiento del pago.

12. El sector privado y las organizaciones no gubernamentales han ensayado muchas ideas y enfoques nuevos (con frecuencia debido a la frustración por el fracaso de las iniciativas del sector público) en un plano básico para satisfacer las necesidades del sector informal. Una de esas iniciativas se refiere al microcrédito. Se reconoce ampliamente en la actualidad que el microcrédito, que consiste esencialmente en facilitar pequeños préstamos en las condiciones del mercado a las microempresas a través de instituciones de microfinanciación (IMF) con gestión comercial, es un medio esencial de facultar a la gente para financiar sus actividades empresariales, generar sus propios ingresos y ayudar a vencer la pobreza.

13. La cumbre sobre el microcrédito organizada en febrero de 1997 en Washington D.C. por una organización no gubernamental y patrocinada por varias fundaciones privadas reunió en conjunto más de 2.900 personas procedentes de 137 países y lanzó una campaña para poner al alcance de 100 millones de las familias más pobres del mundo, especialmente de las mujeres de esas familias, créditos que pudiesen destinarse al trabajo autónomo y a otros servicios financieros y empresariales, a más tardar para el año 2005. Según la cumbre sobre el microcrédito, se necesita para ese fin una cifra estimada en 21.600 millones de dólares de los EE.UU. de los cuales casi 10.000 millones deberán proceder de los ahorros de los pobres y de los mercados comerciales.

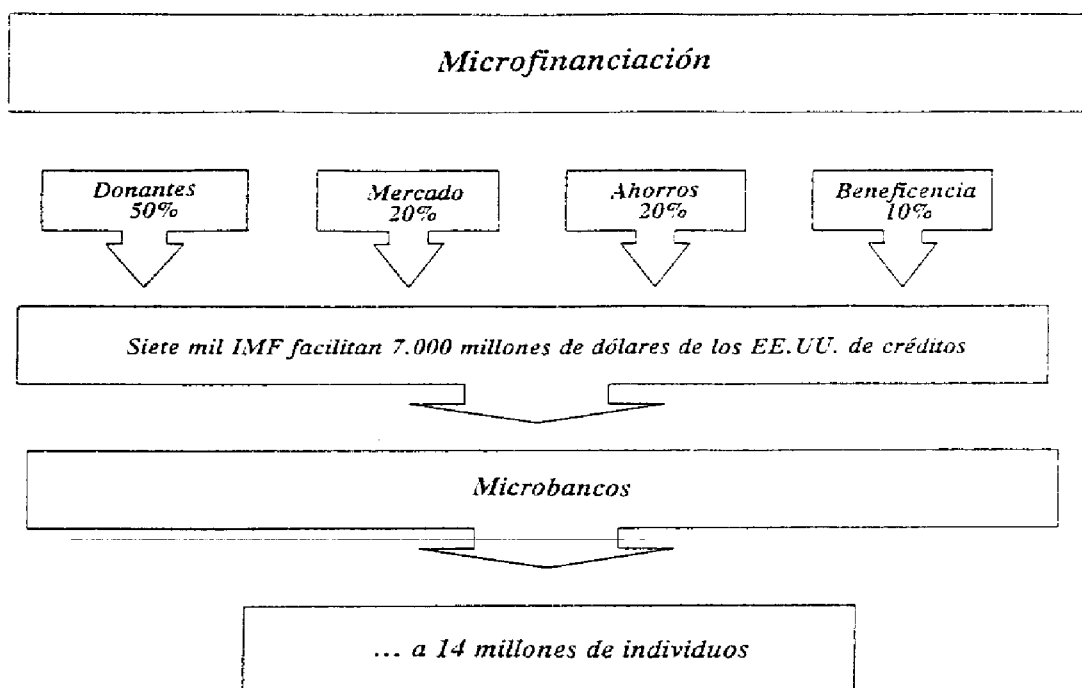
14. En la actualidad existen en todo el mundo unas 7.000 instituciones de microfinanciación especializadas en otorgar pequeños préstamos a los microempresarios. El éxito de los micropréstamos ha dado lugar a un crecimiento exponencial de la demanda de microcréditos, y ha sido preciso que las instituciones de microfinanciación obtuviesen fondos de fuentes distintas de la estancada asistencia oficial para el desarrollo y los limitados créditos en condiciones de favor. Al mismo tiempo, ha surgido en los mercados financieros una demanda de nuevas oportunidades de inversión, en especial por parte de inversores socialmente responsables.

15. Si bien muchas instituciones de microfinanciación dependen todavía de donaciones, un número creciente de ellas se dirige al sector privado para obtener fondos en las condiciones del mercado. El problema es que esas instituciones operan fuera del sector bancario formal y con frecuencia no pueden reunir los criterios normalizados que exigen los mercados financieros formales. Sin embargo, las instituciones de microfinanciación han registrado tradicionalmente una tasa elevada de reembolso (entre el 95 y el 98%) y trabajan en un sector de elevado crecimiento. Muchas de ellas persiguen cada vez más el logro de una sostenibilidad financiera mediante economías de escala y la percepción de tasas de interés y otros cargos que cubren el costo real de la concesión de créditos.

"Está ahora disponible un capital conjunto de casi 12 billones de dólares de los EE.UU. en los florecientes fondos y cajas de pensiones del Norte."

Marshall Carter - Instituto de Cuestiones Monetarias

Gráfico 1



16. La mayoría de las instituciones de microfinanciación, una vez que han logrado tener buenos antecedentes y probar su capacidad de recuperación de los préstamos, deberían estar en situación de conseguir dinero en los mercados financieros con el fin de financiar su expansión. Las instituciones de microfinanciación que han logrado fondos de esa manera han visto que ello resulta menos engorroso y restrictivo que solicitar donaciones. Además, los préstamos permiten a las instituciones de microfinanciación ser más independientes y les facilitan el acceso a unas fuentes de capital mucho más abundantes.

17. Al mejorar el acceso de las instituciones de microfinanciación a los mercados internacionales, ayudándoles a cumplir con los criterios necesarios para obtener esos fondos y al mismo tiempo proporcionándoles un paradigma alternativo a los inversores internacionales, resulta posible canalizar fondos, de una manera sostenible, desde el sector privado del mundo desarrollado al sector privado del mundo en desarrollo.

2. Acción

"... actualmente el motor del desarrollo es, sin duda alguna, el capital privado."

Kofi Annan

18. La estrategia del plan de acción de la UNCTAD en esta esfera está basada en un enfoque del desarrollo "desde el fondo" en lugar del enfoque tradicional del "goteo". En lugar de tener "planes modelo" y pasar por los gobiernos y las instituciones, su finalidad es proporcionar directamente, en un plano básico, servicios financieros y oportunidades a los pobres que están excluidos de participar activamente en la economía.¹⁹ La estrategia se rige por varios principios, según los cuales debe:

19. La estrategia se rige por varios principios, según los cuales debe:

- a) centrarse en la elaboración de soluciones concretas;
- b) reconocer las mejores prácticas y ejemplos para basarse en ellos;
- c) trabajar en asociación con la sociedad civil, con inclusión de las organizaciones de base, el sector privado, las empresas locales y también los gobiernos nacionales;
- d) servir de catalizador; y
- e) promover la utilización de los mecanismos del mercado.

20. El principal objetivo del programa es facilitar las inversiones de microfinanciación de los inversores privados. Se considera que ello es indispensable para la sostenibilidad del mercado del microcrédito y para llegar a los millones de personas que viven en la pobreza.

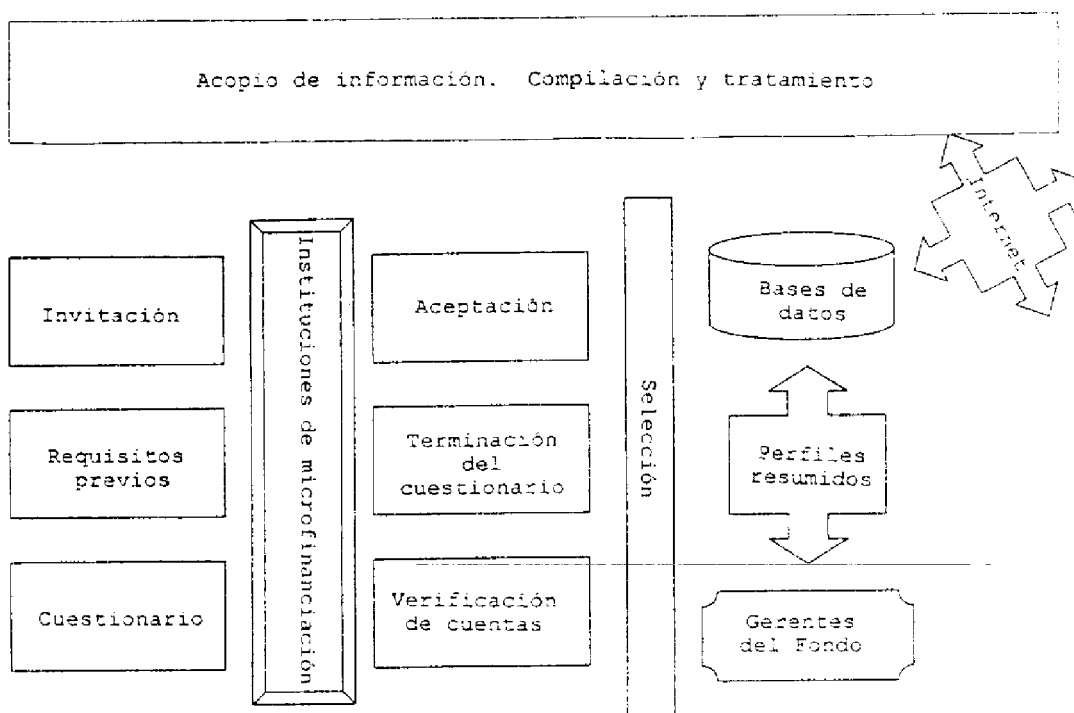
21. El fondo privado BIL, patrocinado por la UNCTAD, hace inversiones de microfinanciación y ha demostrado a los mercados financieros internacionales que los pobres pueden ser clientes de los bancos. Está prevista la creación de otros fondos de inversiones análogos, con lo que se aumentaría la cuantía, y en consecuencia se disminuirían los costos, de los fondos disponibles para hacer préstamos a los pobres. El éxito de esos fondos mostraría a los inversores privados, en particular a los inversores socialmente responsables, no sólo el potencial inversor sino también el impacto social de los mercados nacientes de servicios financieros para los pobres.

22. Uno de los elementos esenciales para que los fondos privados puedan abrirse paso hacia el mercado sin explotar, pero creciente y prometedor, de los micropréstamos es la información, en particular aquella que permita a los inversores y a los gerentes de los fondos evaluar los riesgos cuando tomen sus decisiones en materia de inversión. Actualmente no existe ninguna norma o punto de referencia que permita evaluar el riesgo de las inversiones en instituciones de microfinanciación. La labor de la secretaría se ha centrado en colmar esa laguna informativa, lograr la concienciación y promover el mercado.

23. La tarea realizada se ha organizado y desarrollado según las líneas indicadas a continuación:

- a) Identificación de los destinatarios de las inversiones

Gráfico 2



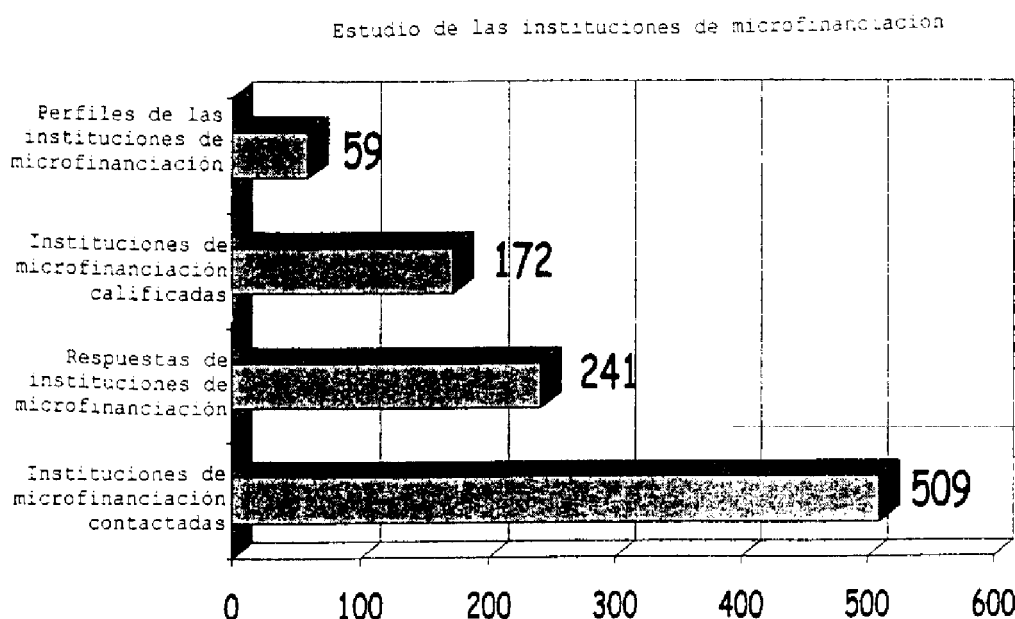
24. En cooperación con otras organizaciones internacionales, bancos de desarrollo, organismos donantes, gobiernos locales, organizaciones no gubernamentales y empresas de inversión privadas, la secretaría de la UNCTAD ha realizado un censo de los microbancos de todo el mundo con la finalidad de identificar a los beneficiarios potenciales de los fondos de inversión privados, así como los instrumentos de inversión pertinentes. Ello comprende:

- i) la identificación, reunión y compilación de información sobre las instituciones de microfinanciación;
- ii) la selección preliminar de las instituciones de microfinanciación interesadas y la preparación de información resumida;

- iii) la creación de una base de datos de microfinanciación con inclusión de los siguientes elementos:
 - el inventario de los microbancos que buscan fondos privados;
 - la información relativa a los inversores y fondos internacionales interesados;
 - el estudio por países del entorno jurídico y fiscal específicamente relacionado con la inversión en microfinanciación;
 - iv) la creación de un espacio microbancario en Internet donde sea accesible toda la información mencionada;
 - v) la identificación de un instrumento de garantía y financiación de la deuda que sea viable;
 - vi) la difusión de las mejores prácticas posibles en lo referente a las políticas de préstamo y el control de impagos por parte de las instituciones de micropréstamos.
- b) Investigaciones financieras

25. La información obtenida de los microbancos interesados en conseguir fondos privados se utilizará para identificar las normas y puntos de referencia de la industria que faciliten la evaluación de esas instituciones por los prestamistas o inversores potenciales. Se elaborarán entonces propuestas para uso de los sistemas de garantía locales o internacionales.

Gráfico 3



26. Los progresos realizados hasta la fecha son los siguientes:

- se ha establecido una metodología para la identificación de las instituciones de microfinanciación interesadas;
- se han preparado y actualizado cuestionarios para la obtención de información de las instituciones de microfinanciación;
- se ha establecido un criterio preliminar de selección;
- en colaboración con el BIL y el administrador de su fondo se ha preparado una hoja informativa que refleje la credibilidad institucional y financiera de las instituciones de microfinanciación y que se utilizará con fines de comparación;
- se ha preparado una base de datos que contiene información procedente de 600 instituciones de microfinanciación de 15 países;
- se ha analizado la información relativa a 60 instituciones de microfinanciación y se han preparado informes resumidos sobre ellas;
- se han visitado 50 instituciones de microfinanciación y se han examinado los medios más adecuados de canalizar inversiones hacia ellas, es decir, bonos, valores respaldados por activos, garantes potenciales o compañías de seguros que respaldan los certificados de adeudo, etc.;
- se ha llevado a cabo un estudio preliminar del entorno jurídico y fiscal de 15 países.

3. Resultados esperados e impacto para el desarrollo

27. Se espera que, mediante esta iniciativa, se establezca un vínculo directo entre los inversores privados y las instituciones de microfinanciación de los países en desarrollo, con la consiguiente aparición de un mercado prometedor cuyo funcionamiento sea favorable a los pobres. Con ello se lograría una mayor disponibilidad de fondos para las instituciones de microfinanciación que les permitiría ampliar su esfera de actuación y facilitar crédito a un mayor número de microempresarios potenciales, pues actualmente sólo alrededor de un 2% de ellos tiene acceso al crédito. Ese flujo monetario daría lugar a que las microempresas contratasen mano de obra adicional y con ello se conseguiría un efecto multiplicador. Pero, sobre todo, ello tendría un impacto directo y positivo sobre la vida de la gente.

4. Perspectivas y desafíos futuros - Prioridades

28. La experiencia conseguida por la secretaría hasta la fecha, en estrecha colaboración con el sector privado y las organizaciones no gubernamentales, en lo referente al establecimiento de un mercado de microfinanciación internacional, sugiere que es viable la inversión por inversores privados internacionales en microfinanciación destinada a los países en desarrollo.

29. La demanda de microcrédito y los servicios de instituciones de microfinanciación están creciendo, según algunas estimaciones, a una tasa anual de un 30%, y hay inversores privados que están interesados en las inversiones con un impacto social. Sin embargo, hasta el momento es insuficiente la infraestructura necesaria para poner en contacto esa demanda y esa oferta.

30. Los elementos mínimos necesarios para que aparezca ese mercado son la disponibilidad de información sobre los objetivos, los instrumentos y los mecanismos de las inversiones, las normas industriales que permitan una evaluación comparativa de la solvencia, y un entorno nacional jurídica y fiscalmente favorable. Después de obtenerse la información pertinente debe difundirse tanto entre los inversores como entre las instituciones de microfinanciación que quieran conseguir fondos. Para asegurar la transparencia del mercado y establecer unas condiciones de competencia leal, la información debe estar equitativamente a disposición de todos los inversores interesados, y todos los microbancos deben tener la posibilidad de estar representados en el mercado.

31. Además, para que los inversores puedan minimizar sus riesgos y diversificar sus carteras, es necesario ensanchar la esfera de las inversiones. Para ello es preciso prestar asistencia a las instituciones de microfinanciación que sean potencialmente capaces de realizar esa clase de inversiones en la exposición de su caso frente a los inversores potenciales.

32. Los esfuerzos realizados hasta el momento deben completarse con las siguientes actividades de asistencia técnica que la secretaría, sobre la base de los conocimientos técnicos y la experiencia que ha obtenido, puede realizar:

a) Creación de capacidad:

- formación de las instituciones de microfinanciación en la manera de movilizar fondos en el mercado financiero internacional;
- prestación de asistencia en el desarrollo y aplicación de sistemas automáticos de gestión de los microcréditos para las instituciones de microfinanciación interesadas;

b) Establecimiento de contactos entre los inversores privados internacionales y las instituciones de microfinanciación:

- desarrollo de un mercado de microfinanciación virtual mediante Internet;
- organización de seminarios y reuniones reales y virtuales entre los inversores internacionales interesados, los gerentes de activos y las instituciones de microfinanciación sobre una base nacional, regional o internacional;

c) Instrumentos de inversión para la microfinanciación:

- en colaboración con los asociados, las autoridades financieras y los inversores locales, identificación de los más adecuados y pertinentes instrumentos de inversión y medios de garantía, tales como los bonos o los pagarés respaldados por carteras de préstamos.

33. En vista de las cuestiones, medidas y prioridades antes mencionadas, la secretaría podría proseguir su estrecha colaboración tanto con las organizaciones no gubernamentales como con el sector privado para facilitar la organización de un mercado internacional de microfinanciación. Las cuestiones referentes a las consecuencias de esa labor para las normas y marcos reglamentarios nacionales podrían someterse a la Comisión en un futuro período de sesiones para que las examinase e hiciese al respecto las recomendaciones pertinentes.

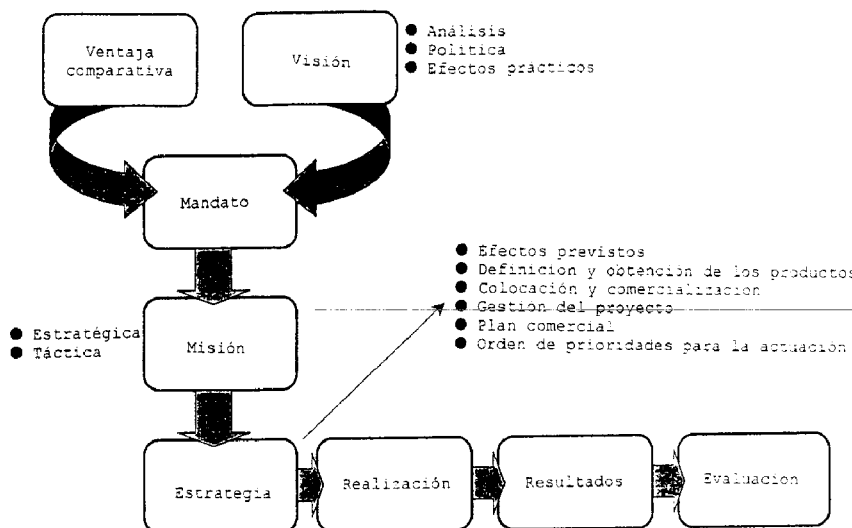
II. CUESTIONES DE EFICIENCIA COMERCIAL

1. Estrategia de eficiencia comercial

34. Una estrategia establece la relación entre una misión y los resultados previstos. En la esfera de la eficiencia comercial, la misión de la UNCTAD deriva directamente de su mandato, que le asigna unas atribuciones resumidas por la IX UNCTAD en los términos siguientes: "La falta de eficiencia y transparencia en los servicios relacionados con el comercio, como las aduanas, los transportes, la banca y los seguros, las telecomunicaciones y la información comercial es un importante obstáculo para la integración de los países en desarrollo y de algunos países en transición en el comercio internacional y crea un enorme riesgo de excluir a esos países de la incipiente economía mundial y constituye un reto para ésta"¹. Se ha atribuido este mandato a la UNCTAD porque ofrece el equilibrio necesario entre las actividades analíticas, políticas y prácticas.

35. La estrategia de la UNCTAD en materia de eficiencia comercial facilitará la feliz realización de sus diversos programas, producirá resultados prácticos y apreciables en esta esfera y, en último término, hará posible la evaluación de los resultados. Esta estrategia debe abarcar los elementos siguientes: los efectos anticipados de la eficiencia comercial (criterios de rendimiento); la definición y obtención de productos y la colocación y comercialización de los productos; orientaciones para la gestión de los proyectos; un plan comercial (para la financiación a largo plazo de los productos) y un orden de prioridades para la actuación inmediata. Estos elementos se resumen en el gráfico 1.

Gráfico 1



a) El criterio de la eficiencia comercial

36. Una característica de los esfuerzos desplegados por la UNCTAD en la esfera de la eficiencia comercial ha sido la prioridad constante que ha atribuido a conseguir resultados prácticos y apreciables en relación con la capacidad de los países miembros y de sus empresas y administraciones para importar y exportar con mayor eficacia.

37. Después de haber sido expuesto a los miembros de la UNCTAD en el curso de 1991, el Programa de Eficiencia Comercial fue aprobado oficialmente en la VIII UNCTAD (Cartagena de Indias, Colombia, marzo de 1992) y recibió además el respaldo de las conclusiones del Simposio de las Naciones Unidas sobre Eficiencia Comercial (Columbus, Ohio, octubre de 1994) y de la IX UNCTAD (Midrand, Sudáfrica, mayo de 1996). A causa de la rápida expansión y de la visibilidad cada vez mayor del Programa de Centros de Comercio, la estrategia global seguida por la UNCTAD en la esfera de la eficiencia comercial ha tendido a ser ocultada por su componente de asistencia técnica. En la presente sección se intenta resumir esta estrategia y exponer las prioridades del Programa de Eficiencia Comercial para los años próximos.

Bases analíticas

38. La teoría comercial moderna ha pasado rápidamente de una concepción "estática" a una concepción "dinámica" de las ventajas comparativas. El advenimiento de una nueva oleada de innovaciones tecnológicas convergentes (especialmente en la esfera de las telecomunicaciones y de las tecnologías de información) ha anunciado una auténtica revolución industrial. La característica de esta revolución es el hecho de que, contrariamente a las dos anteriores que se basaban en métodos innovadores de utilización de la materia y la energía, la revolución actual repercute sobre el tiempo y el espacio.

39. Ello tiene consecuencias importantes para el comercio y el desarrollo. En particular, brinda posibilidades sin precedentes para revisar el concepto de una división internacional del trabajo basada en la teoría de las ventajas comparativas. Hay una "formulación moderna" de esta teoría: la formulación HOS² se basa en un conjunto de hipótesis, entre ellas la uniformidad de la información entre los participantes y el costo insignificante de las transacciones y el transporte, que no habían estado nunca tan cerca de cumplirse como hasta ahora. Entre las consecuencias principales de esta revolución para el comercio y el desarrollo, los hechos siguientes son la base misma de la iniciativa de la UNCTAD en materia de eficiencia comercial:

- los costos de las transacciones en el comercio internacional se pueden reducir sustancialmente mediante un uso adecuado de las tecnologías de información;
- esta disminución puede beneficiar a los participantes más pequeños, entre ellos los países en desarrollo y, en especial, sus empresas pequeñas y medianas;
- para que sean fructíferos, los esfuerzos deben dirigirse, no sólo a la propia transacción comercial, sino a todos los sectores de los servicios complementarios del comercio (por ejemplo: las aduanas, el transporte, la banca y los seguros, la facilitación comercial, la información comercial y las telecomunicaciones).

Dimensión política

40. A medida que ha avanzado la labor analítica relativa a la eficiencia comercial, se ha puesto de manifiesto que tendría consecuencias importantes en el plano político. Es evidente que las estrategias de eficiencia comercial tendrán efectos positivos como mínimo sobre tres esferas relacionadas con la política:

- dar mayores medios a los participantes más pequeños (especialmente las pymes) lo que estimulará a los poderes públicos a atribuir una prioridad más elevada al sector de las empresas al formular y ejecutar

sus políticas comerciales; ello podría tener un efecto importante sobre las estrategias de diversificación, así como sobre los esfuerzos de integración regional;

- una mayor conciencia de la importancia vital de los servicios complementarios del comercio y, en particular, de las telecomunicaciones como "infraestructura para la competitividad" realizará el interés tanto del sector privado como del público para mantenerse al corriente de la evolución en la esfera de las tecnologías de la información, así como en sus esfuerzos para evitar la marginación respecto de la "comunidad global" en vías de emergencia.
- una identificación más precisa de los posibles efectos de mejores prácticas comerciales en la esfera del comercio internacional, así como de los medios con que las tecnologías de información pueden contribuir a la adopción de dichas prácticas, ejercerá influencia sobre la actitud de muchos países en desarrollo con relación a las nuevas esferas objeto de negociaciones comerciales multilaterales al incrementar su capacidad para participar activa y positivamente en estos procesos.

Componentes prácticos y características de la actividad de la UNCTAD en la esfera de la eficiencia comercial

41. Con la prestación de servicios a la Comisión de la Empresa, la Facilitación de la Actividad Comercial y el Desarrollo y sus correspondientes reuniones de expertos, la División de la Infraestructura de Servicios para el Desarrollo y de la Eficiencia Comercial brinda a los Estados miembros la posibilidad de recibir informaciones al día sobre la eficiencia comercial y de intercambiar experiencias. En esta esfera, ayuda a los poderes públicos y a las empresas a aumentar la eficiencia de sus sectores complementarios del comercio y, por consiguiente, la de su sector comercial. Esta labor se realiza principalmente por conducto de su programa de asistencia técnica, que comprende el Sistema de Información Anticipada sobre la Carga (SIAC), el Sistema Informatizado de Gestión Aduanera (SIDUNEA) y el Programa de Centros de Comercio, así como programas de capacitación, entre ellos TRAINMAR y FOCOEX. Además, la importancia que la UNCTAD ha atribuido al logro de resultados prácticos para el sector comercial de sus países miembros ha dado a sus actividades en la esfera de la eficiencia comercial características que le han permitido trabajar en contacto más estrecho con algunos asociados no tradicionales, especialmente en el sector privado.

b) Primera ilustración práctica: el Programa SIDUNEA

Análisis ambiental

42. El Programa SIDUNEA tiene por objeto simplificar la utilización, armonización y normalización de sistemas globales comunes que se ocupan no sólo de las importaciones y las exportaciones sino también del movimiento de mercancías. Se basa en la idea de que las tecnologías de información pueden

mejorar considerablemente la actividad de los servicios aduaneros tanto para facilitar el comercio como para recaudar ingresos. Su misión es dar a los Estados miembros la posibilidad de transformar esta oportunidad en una realidad económica.

43. El entorno dentro del cual la eficiencia comercial y el SIDUNEA tienen que operar para desempeñar esta misión es complejo. Las administraciones aduaneras han de reformarse y modernizarse, por lo general desde viejas posiciones seguras, cómodas pero anticuadas, dentro del sector público para convertirse en empresas de mentalidad comercial, que aceptan riesgos, compiten a veces con el sector privado y establecen asociaciones con muchas entidades que históricamente consideraban como adversarias. El Programa SIDUNEA permite luchar contra prácticas de corrupción, nacidas de intereses y ventajas adquiridos, individuales e institucionales. En ocasiones, las prioridades políticas se resienten de limitaciones a corto plazo, que no reconocen ni los beneficios ni el apoyo necesario para una reforma aduanera a largo plazo en la que el SIDUNEA desempeña una función de primer plano. Las iniciativas innovadoras tienen que sobrevivir y tener éxito en entornos burocráticos que no están acostumbrados a las exigencias prácticas, dinámicas, rápidas y competitivas del moderno entorno comercial. Por consiguiente, el sistema SIDUNEA ha de ser perfeccionado continuamente para atender mejor a las necesidades de los importadores y exportadores mediante un servicio aduanero más eficiente.

Componentes de la estrategia

44. Efectos previstos. Al facilitar a las administraciones aduaneras medios apropiados, el sistema SIDUNEA puede ser 1) un instrumento eficaz para la reforma y 2) un instrumento válido para la facilitación del comercio y la eficiencia comercial. Los resultados efectivos se traducirán en una reducción de las demoras en los trámites (por ejemplo, en el despacho aduanero), en una mayor eficiencia de dichos trámites (por ejemplo, mediante una inspección material selectiva), la disminución del cohecho y de los "procedimientos paralelos", y una amplia adopción de las normas y prescripciones internacionalmente reconocidas para los trámites y la documentación relacionados con el comercio.

45. Definición y evolución del sistema. Desde su creación a comienzos del decenio de 1980, el sistema SIDUNEA ha evolucionado hasta adquirir un carácter abierto totalmente integrado para la gestión y reforma de los trámites aduaneros. Su excepcional programa informático está siendo actualizado constantemente mediante el empleo de las técnicas de programación y análisis más avanzadas y su utilización fácil lo convierte en un instrumento adaptable a economías de diferentes tamaños y niveles de desarrollo. Desde la puesta en práctica del programa de la UNCTAD para la eficiencia comercial, ha sido posible relacionar el SIDUNEA con otros sistemas de gestión de las informaciones que funcionan en el sector del comercio internacional, entre ellos el Programa SIAC y el programa de centros de comercio.

46. Orientación y comercialización. En su calidad de sistema totalmente abierto, extremadamente flexible e integrado para la reforma y gestión de los trámites aduaneros, el SIDUNEA rivaliza con armas iguales con los competidores. Sin embargo, sus excelentes comienzos en pequeñas economías africanas han creado hasta ahora la imagen de "un sistema para las pequeñas economías"; la reciente aplicación del SIDUNEA en economías de tamaño mediano, entre ellas Rumania y Filipinas, ha contribuido a corregir esta impresión y el sistema está actualmente mejor situado. Ha sido también necesario diferenciar el SIDUNEA de un mero "producto informático" y comercializarlo como "sistema de reforma y gestión"; será necesario seguir desplegando esfuerzos con este objetivo; las mayores sinergias con los programas de eficiencia comercial y de centros de comercio contribuirán al logro de este objetivo.

47. Gestión del proyecto y plan comercial. El personal del SIDUNEA con sede en Ginebra ha de dedicar buena parte de su tiempo a las misiones sobre el terreno. Por consiguiente, merece particular atención mejorar la preparación de las misiones y los informes subsiguientes. Estas operaciones deben basarse en una visión estratégica y conviene atribuir prioridad a los aspectos siguientes: 1) crear servicios de apoyo sólidamente asentados; 2) examinar los centros regionales de apoyo y sus relaciones con Ginebra y 3) transferir conocimientos desde el centro a los usuarios y a los centros regionales de apoyo dentro de pautas generales claramente definidas. Desde el punto de vista financiero, conviene prestar la debida atención a los aspectos siguientes: 1) a la luz de los trabajos efectuados hasta el presente sobre métodos alternativos de financiación, formular propuestas nuevas e innovadoras para financiar el sistema SIDUNEA de modo aceptable para las Naciones Unidas, los donantes y los usuarios; 2) tener en cuenta, en particular, las asociaciones con el sector privado, reinvertiendo el incremento de los ingresos aduaneros obtenido mediante el SIDUNEA y consiguiendo de las Naciones Unidas o de donantes financiación a largo plazo, y 3) prestando la debida atención a diversas posibilidades, entre ellas la subcontratación de algunos servicios, la identificación de los costos efectivos y el establecimiento de una política realista de precios por los servicios, entre ellos los precios por los servicios informáticos y por los servicios centrales y regionales de apoyo.

Orden de las prioridades prácticas (misión táctica)

48. Se indican a continuación las prioridades inmediatas para el desarrollo y mantenimiento futuros del SIDUNEA:

- ayudar a los países en desarrollo con gestiones destinadas a eliminar las demoras en materia de importación y exportación y para mejorar el servicio aduanero;
- desarrollar, instalar, proporcionar y mantener un programa SIDUNEA de alta calidad que de otro modo no está al alcance de algunos países y mantener su actual ventaja tecnológica con respecto a los prestatarios de servicios comerciales;

- garantizar el mantenimiento tanto de la iniciativa SIDUNEA como del programa SIDUNEA después de su puesta en práctica.

c) Un segundo ejemplo práctico: el Programa de centros de comercio

Análisis ambiental

49. En sectores en los que las innovaciones tecnológicas se suceden casi diariamente, las referencias analíticas y conceptuales tienen una expectativa de vida más breve y, en estas esferas, la práctica es en muchos casos una fuente importante de conocimientos y previsiones. A comienzos del decenio de 1990, cuando el Programa de eficiencia comercial estaba a punto de ser puesto en práctica, muchos países en desarrollo y economías en transición se enfrentaban con perspectivas extremadamente inciertas en relación con las estructuras de sus economías (por ejemplo, en la Europa oriental y central) y en relación con su posible intervención en el comercio internacional (era todavía incierta la conclusión de la Ronda Uruguay). Por consiguiente, cuando se trataba de conseguir apoyo para este nuevo método, se consideró necesario darlo a conocer de la manera más concreta posible. De ahí vino la idea del "centro de comercio".

50. Un obstáculo importante para la realización del Programa de Centros de Comercio reside en las contradicciones entre la visión fundacional y su mandato básico. En la visión, los centros de comercio se consideraban como entidades autónomas (principalmente en el sector privado) que sólo sobrevivirían si aportaban un valor añadido a sus clientes y si podían recuperar sus costos a través de un precio por sus servicios. Luego los mecanismos de la competencia eliminarían naturalmente los centros de comercio menos eficaces e incrementarían la calidad y la eficiencia de los demás. Sin embargo, en el mandato recibido por la UNCTAD, se introdujo como condición previa la intervención de los gobiernos, lo que hacía más difícil establecer centros de comercio en un contexto totalmente orientado hacia la empresa. En algunos casos, los participantes privados del país han podido identificar el potencial de los centros de comercio y desarrollar servicios competidores. En otros, los intereses adquiridos de organizaciones preexistentes (públicas o privadas) han entorpecido el desarrollo de los centros de comercio. Sin embargo, hay que mencionar que, incluso cuando no se ha impedido que los centros de comercio operen en el sector privado, en algunas ocasiones han tenido que enfrentarse con un medio ambiente hostil: como uno de los efectos prácticos más inmediatos de los centros de comercio es reducir la importancia de los intermediarios al situar a las empresas locales más cerca de sus mercados y de sus clientes y abastecedores, en algunos casos los centros de comercio han tenido que enfrentarse con la oposición directa o indirecta de los intermediarios; no es de prever que esta oposición disminuya en el futuro.

Componentes de la estrategia

51. Efectos previstos. Los centros de comercio persiguen una serie de objetivos prácticos: deben: 1) hacer posible un aumento del conocimiento sobre el terreno (en los poderes públicos y en la comunidad comercial) de

las posibilidades en materia de eficiencia comercial y competitividad internacional para mejores prácticas comerciales y un uso adecuado de las tecnologías de información; 2) contribuir a la disminución de los costos de las transacciones para los importadores y exportadores del país, en particular mediante la apertura de una "ventanilla única" para los trámites comerciales y los instrumentos de bajo costo que permitan la participación en sectores que son grandes usuarios de informaciones sobre el comercio internacional, entre ellos el comercio electrónico, y 3) promover la adopción de normas y prescripciones internacionalmente reconocidas para las transacciones comerciales y la documentación relacionada con el comercio.

52. El número de los centros de comercio continuó aumentando constantemente a lo largo de los años ³ y se puso de manifiesto que podían servir de base para una red global de participantes avanzados en el sector de la información comercial y el comercio electrónico. Por este motivo, con ocasión del Simposio Internacional de las Naciones Unidas sobre Eficiencia Comercial (Columbus, octubre de 1994), se decidió pasar a la segunda fase del programa de los centros de comercio y poner en marcha la Red Mundial de Centros de Comercio (RMCC), que se transformó rápidamente en la red mundial más importante para el suministro de informaciones comerciales antes de las transacciones. La fase siguiente de la estrategia de la UNCTAD en materia de centros de comercio fue pasar de esta función previa de los centros de comercio a una función de plena intervención en las transacciones, que transformaría la Red de centros de comercio en el primer instrumento mundial para el comercio electrónico. Así se hizo en el Simposio sobre eficiencia comercial celebrado paralelamente con la IX UNCTAD (Midrand, mayo de 1996), cuando se puso en marcha la tercera fase del programa ("de contactos a contratos"). Las actividades destinadas a hacer posible que los centros de comercio utilicen oportunidades de comercio electrónico y consigan pagos (proyecto SAL) prosiguen intensamente en un número limitado de sitios experimentales y deben hacerse extensivas en fecha próxima a un mayor número de centros de comercio.

53. Orientación y comercialización. La participación en la Red Mundial de Centros de Comercio se ha de considerar como una oportunidad (ofrecida en especial a pequeños participantes, entre ellos países en desarrollo y empresas pequeñas y medianas) para participar en los sectores más dinámicos del comercio internacional, en particular el comercio electrónico. Definido en estos términos, el sistema de los "centros de comercio" se diferencia claramente de los sistemas de información comercial.

54. Gestión del proyecto y plan comercial. El objetivo principal del Programa de Centros de Comercio sigue siendo obtener resultados prácticos en el plano nacional, es decir, proporcionar a las empresas de un país (especialmente a las empresas pequeñas y medianas) instrumentos flexibles y de bajo costo que permitan competir en los mercados internacionales. Teniendo en cuenta el rápido aumento del número y la diseminación geográfica de los centros de comercio, el programa habrá de seguir avanzando hacia la descentralización y hacia una mayor dependencia respecto de los asociados en el país, entre ellos los foros regionales. Esta descentralización se reflejará en el plano técnico, pues la Red Mundial de Centros de Comercio

dependerá cada vez más de los "sitios espejo" en el país, que contribuirán a disminuir los costos de acceso. La estabilidad financiera de los centros de comercio seguirá siendo un objetivo a más largo plazo en las regiones más pobres y en los países menos adelantados, que seguirán beneficiándose del apoyo externo para perfeccionar sus estrategias en materia de eficiencia comercial, entre otras cosas, mediante el establecimiento y la gestión de centros de comercio. En la mayoría de los demás casos, la estabilidad financiera se puede conseguir mediante la comercialización y la venta de servicios con valor añadido a los clientes de los centros de comercio. Esta actividad habrá de ser estimulada mediante la adopción de un conjunto de normas y orientaciones que habrán de ser reconocidas, apoyadas y promovidas por todos los centros de comercio; a este respecto podría tener interés el establecimiento de una Federación de Centros de Comercio (véase más adelante). En lo que se refiere a la estabilidad financiera del Programa de Centros de Comercio, las actividades para la reunión de fondos habrán de proseguir activamente para dar a la Red Mundial de Centros de Comercio la posibilidad de tener un carácter auténticamente global y totalmente interactivo, lo que exigirá prestar apoyo especial a algunas regiones que carecen de una infraestructura de telecomunicaciones o que tienen una infraestructura mediocre. Se procurarán establecer alianzas y asociaciones estratégicas con otras entidades y organizaciones internacionales conexas, así como con el sector privado.

Prioridades de actuación ("misión táctica")

55. Objetivos. En los años próximos los objetivos siguientes serán la base de la estrategia de la UNCTAD en materia de centros de comercio:

- i) Proseguirán los esfuerzos desplegados para utilizar los centros de comercio a fin de aumentar los conocimientos de los países miembros acerca del carácter y los efectos posibles de las recomendaciones del Seminario de Columbus sobre eficiencia comercial; se intensificará el apoyo de la UNCTAD para ayudar a los países interesados a poner en práctica dichas recomendaciones a fin de disminuir los costos de las transacciones internacionales y estimular la competitividad comercial de las empresas pequeñas y medianas (pymes);
- ii) Proseguirá la colaboración con el sector privado, así como con las asociaciones y alianzas estratégicas, en particular en el contexto del Programa de Centros de Comercio;
- iii) Proseguirán los esfuerzos para elaborar un programa integrado de asistencia técnica en la esfera de la eficiencia comercial, por conducto de la Red de Centros de Comercio; otros programas de la División de la UNCTAD de la Infraestructura de Servicios y de la Eficiencia Comercial, entre ellos los programas FOCOEX, TRAINMAR, SIDUNEA y SIAC, contribuirán a la elaboración del programa;

- iv) Se intensificarán los esfuerzos para desarrollar el Programa de Centros de Comercio, mediante una mayor interacción, la protección jurídica del nombre y del logotipo, el establecimiento de un marco institucional apropiado y el suministro de instrumentos prácticos suplementarios para el comercio electrónico (por ejemplo, para efectuar los pagos electrónicos y realizar transacciones por la red Internet).

56. Esferas objeto de atención especial. En el marco de sus recursos humanos y financieros limitados, la UNCTAD seguirá prestando atención especial a los objetivos siguientes:

- i) apoyo específico a los centros de comercio ya establecidos o que están siendo establecidos en los países menos adelantados (en particular, en África); se dará prioridad a los esfuerzos que se desplieguen para movilizar a donantes con esta finalidad;
- ii) integración de un importante componente de capacitación en las actividades y proyectos relacionados con los Centros de Comercio;
- iii) asistencia a los centros de comercio eficientes para darles la posibilidad de hacerse progresivamente independientes financiera e institucionalmente;
- iv) en cooperación con los participantes más adelantados en esta esfera (comprendido el sector privado), suministro de instrumentos avanzados para efectuar los pagos electrónicos y realizar transacciones por conducto de la red Internet;
- v) mantenimiento de los esfuerzos desplegados para reducir el costo de acceso a la Red Mundial de Centros de Comercio, entre otras cosas, mediante un aumento del número de sitios espejo; y
- vi) mantenimiento de los esfuerzos desplegados para dar cuenta a los centros de comercio y a sus clientes de la evolución más reciente sobrevenida en las esferas de la facilitación del comercio y el comercio electrónico y, concretamente, en los terrenos reglamentario y jurídico.

2. Dimensiones jurídicas del Programa de Centros de Comercio

- a) Directrices comunes para los centros de comercio en el plano nacional

57. En octubre de 1993, la UNCTAD hizo públicos los principales principios y directrices para el establecimiento de centros de comercio⁴. Uno de los principios fundamentales de los centros de comercio es que su condición jurídica y sus actividades deben respetar el entorno legislativo y reglamentario del país. Dada la gran variedad de esas legislaciones y entornos, el "modelo de estatutos" ofrecido debe tener un grado elevado de flexibilidad. Los centros de comercio pueden ser públicos, semipúblicos o

privados. Entre las preguntas hechas con mayor frecuencia figuran las siguientes: ¿cuáles son las normas básicas que han de incluirse en los estatutos? ¿Cuál debe ser la condición jurídica de un centro de comercio? ¿Cómo debe ser su gestión? ¿Cómo debe financiarse? ¿Cuáles son las responsabilidades de los participantes, y en caso de discrepancias, cuáles son las normas que deben aplicarse y cómo deben solucionarse las diferencias? Para resolver esas importantes cuestiones, la mayoría de los centros de comercio estiman actualmente que es preciso un conjunto más explícito de directrices para el establecimiento y el funcionamiento de los centros de comercio en el plano nacional, pues ha de tomarse en cuenta su más amplia gama de actividades y su mayor distribución geográfica. La secretaría de la UNCTAD podría preparar los textos jurídicos básicos que facilitasen la elaboración de esas directrices. Sin embargo, su aprobación y aplicación en el plano local exigirá el reconocimiento de un grado de jurisdicción pertinente, lo que sigue siendo responsabilidad de los actores locales, con inclusión de los gobiernos.

b) Requisitos jurídicos para organizar la cooperación interinstitucional de los centros de comercio en el plano internacional

58. Los centros de comercio han llegado a una fase en la que resulta necesario crear un marco institucional para una mayor cooperación en el plano internacional, el regional y el subregional. Por ejemplo, en noviembre de 1996 se fundó el Foro Interamericano de Centros de Comercio en cooperación con la UNCTAD, que reúne a los Centros de Comercio de América del Norte, América Central, América del Sur y el Caribe. Su principal objetivo es el reforzamiento de la Red de Centros de Comercio en el continente mediante la cooperación regional y la asistencia mutua. El Foro facilitará asistencia técnica y capacitación a los centros de comercio. También coordinará el intercambio de información sobre oportunidades comerciales así como el aprovechamiento de los medios que ofrezcan las instituciones internacionales regionales y nacionales en la esfera de la financiación del comercio, la promoción comercial, la capacitación y la cooperación técnica.

59. Con ocasión de la Reunión de los Centros de Comercio regionales celebrada en Dakar, Senegal, los días 7 y 8 de julio de 1997, se creó un foro regional del África occidental. En la segunda Reunión de Centros de Comercio del África oriental y meridional, que tuvo lugar en Harare, Zimbabwe, los días 14 y 15 de julio de 1997, se examinó la creación de un foro similar en la región del África oriental y meridional. Se designó un comité interino para coordinar la creación del foro. Se espera que en un futuro próximo se establezcan en otras regiones foros similares de centros de comercio que proporcionen una estructura permanente para la cooperación y las deliberaciones.

60. Con el rápido incremento del número de centros de comercio en todo el mundo y los progresos técnicos realizados en esta esfera, se echa mucho de menos la falta de una federación internacional y unos foros regionales que representen a los centros de comercio. A consecuencia del establecimiento de un número creciente de foros de centros de comercio regionales y

subregionales, se ha pedido a la UNCTAD que se haga cargo de la armonización de esos foros y les preste la asistencia jurídica necesaria para la redacción de sus estatutos.

61. En su octava reunión ejecutiva, celebrada en junio de 1995, se pidió a la Junta de Comercio y Desarrollo que la UNCTAD redactase un proyecto de estatutos para el establecimiento de una federación internacional de centros de comercio. La secretaría ha facilitado informalmente a los centros de comercio un primer proyecto de estatutos, que servirá de base para ulteriores deliberaciones.

62. Según propone la UNCTAD, la federación sería una organización no gubernamental y sin fines lucrativos. Los objetivos de la federación serían promover la cooperación y la coordinación entre los centros de comercio, que fomentarían el intercambio internacional de mercancías y servicios entre todos los países y más concretamente promoverían una participación más amplia en el comercio mundial de los países en desarrollo y los países en transición. La federación apoyaría el desarrollo de centros de comercio en todo el mundo; coordinaría las actividades de los centros de comercio y los representaría en el plano internacional; aprobaría las políticas y las recomendaciones comunes de los centros de comercio; prestaría asistencia técnica; establecería y mantendría al día una lista de los centros de comercio que son miembros de la federación y están asociados a la red mundial de centros de comercio; y cooperaría con los gobiernos y otras organizaciones internacionales. La federación tendría una asamblea general y un consejo y celebraría conferencias regionales cuando fuese pertinente. Llevaría a cabo su labor en estrecha cooperación con la UNCTAD.

- c) Protección jurídica de los nombres y logotipos de los "centros de comercio" de la "Red Mundial de Centros de Comercio" (RMCC)", y el "Sistema de Oportunidades de Comercio por Vía Electrónica (OCE)"

63. Los centros de comercio deben atenerse a las normas y directrices ⁵ de la UNCTAD y tienen que someterse a las normas internacionales que establezcan o promuevan las Naciones Unidas. Con el éxito del concepto de centro de comercio, es posible que terceras partes quieran establecer oficinas con el mismo nombre pero sin respetar el conjunto de reglas establecidas para los centros de comercio. Cada vez es mayor el temor de que ello ocurra y es especialmente en ese contexto en el que ha adquirido una importancia creciente la protección de los nombres y logotipos de los "centros de comercio", la "Red Mundial de Centros de Comercio (RMCC)", y el "Sistema de Oportunidades de Comercio por Vía Electrónica (OCE)". Al no existir una federación internacional, como se ha señalado antes, resulta más difícil encontrar la protección adecuada en el plano internacional. La secretaría de la UNCTAD ha consultado a expertos de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) acerca de la manera de proteger esas expresiones y logotipos. El dictamen dado a la secretaría ha sido que no es posible proteger esas expresiones y logotipos de conformidad con el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Intelectual. Sin embargo, cada uno de los centros de comercio puede registrar las expresiones y logotipos como marcas de servicios o nombres comerciales de conformidad con la legislación nacional

del país donde esté establecido el centro de comercio. La coordinación internacional por parte de la secretaría de la UNCTAD de las medidas tomadas a ese respecto, en el plano nacional, debería proporcionar una protección bastante eficaz de las expresiones y los logotipos contra cualquier uso no autorizado que de ellos hagan partes que no están asociadas al Programa de Centros de Comercio.

3. Cooperación interinstitucional en la esfera de la eficiencia comercial

a) Cooperación con la Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa (CEPE) y el Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC

64. La Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa hace tiempo que se ocupa de la preparación de normas para la facilitación del comercio y de la automatización de los procedimientos para las transacciones comerciales. El Centro Internacional de Comercio presta una asistencia técnica muy apreciada a sus países miembros en la esfera de la información comercial y la promoción de las exportaciones. Mediante su Programa de Centros de Comercio, la UNCTAD puede contribuir a difundir y promover esa labor. Con el fin de aprovechar plenamente sus respectivas ventajas comparativas en el logro de los objetivos comunes, las tres organizaciones mantienen unas estrechas relaciones de trabajo, tanto en el plano formal como en el informal⁶. Un marco oficial para su cooperación es la dependencia interinstitucional compuesta de representantes de la CEPE, el CCI y la UNCTAD que se reúnen regularmente todos los meses con el fin de intercambiar información acerca de sus actividades en curso o en proyecto e identificar las posibilidades de una acción conjunta.

65. Se ha convertido en una práctica común que los expertos de organizaciones pertenecientes al mismo sistema sean invitados recíprocamente a asistir y hacer comunicaciones en sus distintas reuniones, lo que les permite dar a conocer sus trabajos a una audiencia más amplia, que no es necesariamente idéntica a la de sus propias reuniones. Siempre que una misión relacionada con la eficiencia comercial viene a Ginebra a visitar a uno de los organismos, o siempre que se celebra un curso sobre ese tema, el organismo responsable recurre a los conocimientos especializados de los demás y organiza reuniones o cursos con la participación de los tres. Además, dadas las limitaciones presupuestarias, la labor de los demás organismos se difunde durante la mayoría de las misiones relacionadas con la eficiencia comercial. El conocimiento entre los centros de comercio de esta estrecha cooperación entre los organismos también ha aumentado considerablemente, como lo demuestran las invitaciones a actos de los centros de comercio que se dirigen conjuntamente al CCI y la UNCTAD, como ocurrió, por ejemplo, en el caso de la primera Reunión de Centros de Comercio del MERCOSUR (celebrada en Córdoba, Argentina, en marzo de 1997), a la que asistieron representantes de ambos organismos.

66. Como el suministro de información comercial es una de las primeras prioridades de los centros de comercio en las etapas preliminares de su desarrollo, es comprensible que una intensa y fructífera cooperación tenga lugar entre la UNCTAD y el CCI en esta esfera. Refuerza aún más la sinergia

de sus actividades el hecho de que con frecuencia las dos organizaciones trabajen con las mismas entidades de contrapartida en los países miembros. Tal es el caso especialmente en Europa central y oriental, donde muchos países están en curso de establecer sus organizaciones de promoción comercial, que constituyen una esfera tradicional de la asistencia técnica del CCI y que, al mismo tiempo, resultan ser con frecuencia la sede de los centros de comercio. Por ejemplo, el CCI y la UNCTAD (Centro de Comercio, FOCOEX) están llevando a cabo un amplio proyecto conjunto de esa clase, financiado por el Gobierno de Suiza, con el Centro de Comercio Internacional de Rumania, y una interacción similar se está desarrollando en Lituania y Letonia. A su vez, el CCI intenta conseguir que los centros de comercio existentes participen en la preparación y aplicación de sus actividades de información comercial. Por ejemplo, ya se han organizado seminarios y con la participación de la UNCTAD y los centros de comercio de los países interesados se está actualmente acabando un documento sobre un proyecto relativo al establecimiento de una red de información comercial entre los Estados bálticos y la comunidad de Estados independientes (ICTIN). Otra esfera de cooperación entre el programa de centros de comercio y el CCI es la capacitación. El CCI impartió un seminario de dos días sobre gestión de la información comercial en la reunión anual del Foro de Centros de Comercio Interamericano (Ciudad de México, septiembre de 1997). La segunda reunión regional de centros de comercio de los países del África meridional y oriental (Harare, julio de 1997) ha hecho una petición análoga en materia de capacitación, que según espera podrá satisfacerse en 1998.

67. El CCI y la UNCTAD están desplegando esfuerzos conjuntos para promover el uso de las reglas y recomendaciones EDIFACT/NU para la facilitación del comercio. Ejemplos de esa cooperación son el documento tipo y el programa de trabajo de las Naciones Unidas para el transporte combinado, así como la utilización en los programas SIDUNEA y SIAC de la UNCTAD de las normas de la Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa. En el mismo sentido, los mensajes compatibles con las EDIFACT/NU han servido de base a la norma COMREG/CCI para información de las empresas, así como a las oportunidades de comercio (OCE) de la UNCTAD que se distribuyen en la Red Mundial de Centros de Comercio. El programa COMREG se distribuyó a una muestra de centros de comercio para su ensayo y utilización subsiguiente, y actualmente se está trabajando para hacer que las estructuras del OCE y el COMREG sean plenamente compatibles. La utilización efectiva de los "productos" de la Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa con toda seguridad aumentará en el futuro, junto con una participación masiva de los centros de comercio en las actividades de facilitación de las actividades comerciales y el intercambio de datos electrónicos que exigen un mayor nivel técnico y generalmente comienzan a aplicarse en una etapa ulterior del desarrollo de los centros de comercio.

b) Cooperación con otras organizaciones

68. En cada uno de los principales sectores que abarca el programa de la UNCTAD sobre eficiencia comercial se ha establecido una estrecha cooperación con las instituciones pertinentes. Ejemplos de esa colaboración son la

Organización Mundial de Aduanas (OMA), la Organización Marítima Internacional (OMI), la Federación Internacional de Asociaciones de Expedidores de Carga (FIATA), la Society for Worldwide Interbank Financial Transactions (SWIFT), la Organización de Seguros Africanos (OSA), la Asociación Internacional de Superintendentes de Seguros (AISS), o la Internet Society (ISOC). Particular mención merece la rápidamente creciente cooperación entre la UNCTAD y la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), que ha permitido en especial la organización combinada de la reunión de la UNCTAD de expertos en telecomunicaciones, facilitación de la actividad empresarial y eficiencia comercial (del 8 al 10 de septiembre de 1997) y la reunión "Telecom Inter@ctive" de la UIT (del 8 al 14 de septiembre de 1997). Las recomendaciones de los expertos abrieron perspectivas para la continuación y el fortalecimiento de esa cooperación.

69. La cooperación interinstitucional también ha sido importante por lo que se refiere a las instituciones regionales, con inclusión de las omisiones económicas y sociales regionales de las Naciones Unidas y sus bancos regionales de desarrollo. Ha sido asimismo significativa por lo que se refiere a las instituciones con competencias múltiples, tales como la Organización de Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), el Banco Mundial (en particular sus programas OMGI e InfoDev), el Fondo Monetario Internacional, la Cámara de Comercio Internacional, la Asociación de las Cámaras de Comercio del Grupo de los 77 y la Asociación de los Centros del Comercio Mundial (ACECOM).

70. Se espera que la cooperación interinstitucional con la Organización Mundial del Comercio (OMC) aumente acentuadamente, pues las cuestiones relacionadas con el comercio electrónico y la facilitación del comercio han comenzado a examinarse en ese contexto. Además, a medida que la labor sobre los aspectos jurídicos de la eficiencia comercial (véase supra) toman impulso, se incrementará aún más la cooperación con organizaciones tales como la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI), la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y la Organización Internacional de Normalización (ISO).

4. Evaluación de la eficiencia comercial

71. Como se ha mencionado en la introducción del presente documento, el tema de una metodología para la evaluación de la eficiencia comercial se trata en el documento TD/B/COM.3/10/Add.1.

Notas

1/ "Una asociación para el crecimiento y el desarrollo", documento TD/370.

2/ Se trata de las iniciales de los nombres de los tres principales creadores: Hechsher, Ohlin y Samuelsson.

3/ En la actualidad hay 131 centros de comercio en diversas fases de desarrollo en 106 países, de los que 20 son países menos adelantados.

4/ "El Centro de Comercio: concepto y ejecución", TD/B/WG.2/7/Add.1, 7 de octubre de 1993.

5/ Especificadas en el documento TD/B/WG.2/7/Add.1, de 7 de octubre de 1993.

6/ Para más detalles, véase el documento "Trade Facilitation and Efficiency: A Coordinated Programme of the United Nations", CEPE, UNCTAD, CCI, abril de 1996.
