



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

Distr.  
GENERAL

TD/B/COM.3/30  
TD/B/COM.3/EM.9/3  
30 de noviembre de 2000

ESPAÑOL  
Original: INGLÉS

JUNTA DE COMERCIO Y DESARROLLO  
Comisión de la Empresa, la Facilitación de la  
Actividad Empresarial y el Desarrollo  
Quinto período de sesiones  
Ginebra, 22 a 26 de enero de 2000

INFORME DE LA REUNIÓN DE EXPERTOS SOBRE COMERCIO  
ELECTRÓNICO Y TURISMO

celebrada en el Palacio de las Naciones, Ginebra,  
del 18 al 20 de septiembre de 2000

ÍNDICE

	<u>Párrafos</u>	<u>Página</u>
I. RECOMENDACIONES .....	1 - 30	2
II. RESUMEN POR EL PRESIDENTE DE LOS DEBATES OFICIOSOS DE LOS EXPERTOS .....	31 - 51	5
III. CUESTIONES DE ORGANIZACIÓN.....	52 - 56	10

Anexos

I. Sugerencias hechas por los países latinoamericanos.....		12
II. Participación.....		14

## I. RECOMENDACIONES<sup>1</sup>

1. Los distintos expertos expresaron sus opiniones acerca de las políticas y estrategias que deberían adoptar los países en desarrollo para aumentar su participación en el comercio electrónico en el sector del turismo, así como sobre la posible función de la UNCTAD y otras organizaciones internacionales en lo tocante a lograr los beneficios de tales políticas y estrategias en la esfera del desarrollo. A continuación figura un resumen de las recomendaciones formuladas por varios expertos. No todas las opiniones fueron necesariamente compartidas por todos los expertos; en consecuencia, el resumen refleja una gran diversidad de puntos de vista.

### A. Recomendaciones a los gobiernos y las empresas

2. En el marco de las soluciones relativas al comercio electrónico en el sector del turismo se deberían abordar también las cuestiones más amplias del comercio electrónico en general y sus efectos y beneficios en relación con el desarrollo.
3. Velar por que el turismo electrónico se tome en consideración junto con una estrategia multisectorial apropiada para lograr un mayor acceso a Internet y a la infraestructura de telecomunicaciones, y utilizar esta estrategia para influir en las inversiones en el sector de las telecomunicaciones.
4. Liberalizar los servicios de telecomunicaciones y de Internet a fin de atraer nuevas inversiones, reducir los precios y mejorar la calidad del servicio.
5. Crear y actualizar continuamente contenido local en Internet, en los idiomas locales y en los idiomas de los usuarios más importantes de servicios de turismo, a fin de proporcionar información y bases de datos sobre las experiencias y atracciones turísticas, así como información general sobre los destinos.
6. Examinar la investigación disponible y realizar, cuando sea necesario, más investigaciones sobre el comercio electrónico en el sector del turismo a fin de proporcionar información sobre las tendencias de los mercados, las necesidades de los consumidores, la utilización de sitios en la Web, los perfiles demográficos y los efectos de la no disponibilidad de información sobre los pagos en línea y de otros datos que puedan respaldar el desarrollo de una industria turística sostenible.
7. Poner en marcha en los países en desarrollo mecanismos apropiados para lograr una utilización más segura de los pagos electrónicos en las transacciones del sector del turismo, a nivel local, regional y mundial.
8. Promover un turismo que sea sostenible desde el punto de vista social, cultural, ambiental y económico. A estos efectos, crear asociaciones y establecer vínculos entre todas las partes en la cadena de prestación de servicios turísticos, inclusive la administración pública, las

---

<sup>1</sup> En la forma aprobada por la Reunión de Expertos en su sesión plenaria de clausura, celebrada el 20 de septiembre de 2000.

organizaciones de comercialización de los destinos (OCD), los proveedores locales de servicios turísticos, los agentes de viaje y otros intermediarios, los sistemas mundiales de distribución (SMD), los puntos de entrada de los viajes y el sector de la tecnología de la información y las comunicaciones (TIC), así como los proveedores de la comunidad local y extranjeros.

9. Integrar nuevos canales de turismo electrónico en los mecanismos tradicionales y no tradicionales de distribución, y promover la creación de sitios en la Web acerca del turismo de especial interés, como, por ejemplo, el ecoturismo y el turismo cultural. Se podrían apoyar esos canales mediante la creación de una base de datos sobre productos comunes con miras a compartir los costos del desarrollo y facilitar información de carácter imparcial.

10. Elaborar una visión de futuro, planes y directrices en materia de políticas a nivel nacional sobre el turismo electrónico, y hacer participar a los agentes económicos del sector y a las comunidades locales en las actividades para elaborar estrategias y productos turísticos en el contexto de las estrategias globales de comercialización y desarrollo del turismo.

11. Promulgar leyes y reglamentos apropiados y establecer normas adecuadas de servicio a fin de promover la confianza en general, y la de los consumidores en particular, y de garantizar el derecho a la intimidad y la protección de los consumidores y los derechos de propiedad intelectual. Cooperar asimismo en lo tocante al establecimiento de un marco internacional para proteger a los viajeros que realicen transacciones en Internet.

12. Instar a los gobiernos a que desplieguen esfuerzos conjuntos para determinar si el mercado internacional de turismo electrónico funciona en forma que no promueve prácticas desleales o anticompetitivas que constituyan obstáculos para la industria turística de los países en desarrollo.

13. Se debería fortalecer a las OCD a todos los niveles a fin de que estén en mejores condiciones para coordinar a los agentes económicos pertinentes de los sectores público y privado, y permitirles así desempeñar un papel de mayor alcance. Las OCD serán esenciales para lograr que los países en desarrollo puedan aprovechar las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones. Para ser eficaces, las OCD tienen que ser representativas de las partes directamente interesadas pertinentes a nivel local y establecerse institucionalmente, y se les debe facilitar los recursos humanos, financieros y logísticos necesarios. A la larga, esto podría permitir que esos países se beneficiasen de la cooperación e integración verticales.

14. En cuanto al comercio electrónico, las OCD deberían desempeñar una función de alcance más amplio. También deberían promover los mercados de los destinos en los puntos de entrada, los mecanismos de búsqueda y las vías de penetración turísticos principales, así como enumerar los destinos en el marco del mayor número posible de enlaces, a fin de que los parámetros descriptivos no se limiten tan sólo, por ejemplo, al turismo o al nombre de país.

15. Crear y mejorar una imagen de marca de los destinos para aumentar los conocimientos, la sensibilización y la confianza de los consumidores, y reflejar esto en toda estrategia relativa a la Web.

16. Fomentar la creación de capacidad mediante la formación y la educación básica en las esferas pertinentes, como, por ejemplo, la informática y las telecomunicaciones, y llevar a cabo campañas de sensibilización acerca del turismo electrónico.
17. Los gobiernos y los organismos donantes deberían estimular las actividades de comercio electrónico mediante donaciones, incentivos fiscales, líneas de crédito especiales y otros arreglos de financiación inicial, y potenciar la capacidad de acción de las OCD mediante recursos tecnológicos y financieros.
18. Las transacciones en línea deberían combinarse con el desarrollo de aspectos físicos curiosos, un suministro satisfactorio de productos y la prestación de servicios de apoyo, como los de banca, seguros, transporte y aduanas. Habida cuenta de que no todos los proveedores estarán debidamente preparados para realizar transacciones en línea, la estrategia en materia de destinos debería incluir el apoyo en materia de transacciones fuera de línea, los centros de llamadas locales y la utilización de los conocimientos locales.
19. Los agentes de viaje tradicionales y otros intermediarios deberían transformarse mediante la adopción de nuevas tecnologías de la información y aumentar sus conocimientos especializados y su creatividad, a fin de acrecentar su eficiencia y garantizar su continuidad.

#### B. Recomendaciones a la UNCTAD

En cooperación con otros organismos apropiados, la UNCTAD debería:

20. Analizar los efectos que el comercio electrónico relacionado con el turismo ha producido o producirá sobre el desarrollo y las políticas de desarrollo. Los objetivos de ese análisis deberían incluir la determinación de las consecuencias positivas, negativas o indiferentes, así como sus causas, y la formulación de recomendaciones para aumentar al máximo los beneficios del comercio electrónico en la esfera del desarrollo.
21. Difundir entre los países en desarrollo información sobre los enfoques y elementos de las políticas gubernamentales relativas al turismo electrónico, teniendo en cuenta las experiencias exitosas en esos países y en las naciones desarrolladas.
22. Prestar atención prioritaria así como apoyo al desarrollo de un turismo electrónico sostenible en dichos países.
23. Estimular el intercambio de experiencias entre los gobiernos y las empresas turísticas de los países en desarrollo, por un lado, y los gobiernos y las empresas de otros países, por otro, y difundir entre los países en desarrollo información sobre las experiencias en materia de turismo electrónico mediante sitios en la Web y publicaciones periódicas, cooperación interorganizacional, etc.
24. Dar indicaciones acerca de estudios monográficos y análisis del comercio electrónico en el sector del turismo, inclusive los problemas de los pagos en línea, las cuestiones relacionadas con el fomento de la confianza, como el cifrado y los certificados o firmas electrónicos, y las nuevas tecnologías como la televisión interactiva y los teléfonos celulares que pueden respaldar el

comercio electrónico, y llevar a cabo tales estudios y análisis; colaborar asimismo con los centros de investigación turística y las instituciones docentes a fin de promover la creación de capacidad y los conocimientos en el campo del turismo electrónico en los países en desarrollo.

25. Alentar la adopción de normas abiertas en relación con los datos, firmas electrónicas y nuevos avances en Internet (por ejemplo, en dominios de alto nivel como .geo) en los que éstos contribuirán a abrir el mercado del turismo electrónico, teniendo especialmente en cuenta las dimensiones del sector en lo que concierne al desarrollo, y velar por que el comercio electrónico atienda en forma equitativa las necesidades de los países en desarrollo y las naciones desarrolladas, y contribuya a la responsabilización social y ambiental en la industria turística.

26. Promover intercambios acerca de la forma de aumentar la eficacia de las organizaciones de comercialización de los destinos (OCD).

27. Sugerir posibles arreglos para que la UNCTAD actúe como incubadora de pequeñas y medianas empresas en las esferas del comercio y el turismo electrónicos a través de programas apropiados de las Naciones Unidas.

28. Examinar los medios para promover la visibilidad de los puntos de entrada del turismo en los países en desarrollo, así como posibles disposiciones para la creación de una vía de penetración turística central a nivel mundial en beneficio de los países en desarrollo.

29. Ayudar a promover asociaciones entre las OCD de los países en desarrollo, por un lado, y los intermediarios y las OCD de los países de origen, por otro, e impulsar la comercialización conjunta dentro de las OCD de los países en desarrollo.

30. Fomentar la creación de capacidad mediante actividades de formación y educación básica en las esferas pertinentes, como, por ejemplo, la informática y las telecomunicaciones, y llevar a cabo campañas de sensibilización acerca del turismo electrónico.

## II. RESUMEN POR EL PRESIDENTE DE LOS DEBATES OFICIOSOS DE LOS EXPERTOS

31. La industria del turismo está en una etapa muy dinámica de desarrollo porque cada vez hay más personas que se desplazan con mayor frecuencia a más destinos y que desean experiencias de viaje más diversas. Las proyecciones para 2003 indican que la compra de billetes en línea será dos veces y media superior a la del año 2000. Para muchos países en desarrollo, el turismo es una fuente importante de ingresos y de divisas y un sector en el que muchos de ellos disfrutan de una ventaja competitiva clara, lo que supone enormes oportunidades de crecimiento.

32. Sobre este fondo, el tema principal de los debates en la reunión de expertos fue el de las oportunidades que ofrece al sector turístico las nuevas tecnologías de la información, así como las dificultades inherentes con que se enfrentan los operadores comerciales. Los debates oficiosos se centraron en tres temas: la experiencia de los operadores de turismo que utilizan la Internet en los países en desarrollo; la función de las organizaciones de comercialización de los destinos; y la tecnología de la información y la comunicación. En cada uno de estos temas, los expertos expusieron y debatieron opciones estratégicas para los países en desarrollo.

33. El primer tema se ilustró con los casos de varias empresas que presentaron sus estrategias de comercio electrónico. Las empresas de turismo utilizan Internet de distintos modos. En especial algunas funcionan como agencias de viaje de la calle y consiguen más ventas mediante sus sitios en Internet. Otros son portales de turismo puramente virtuales y funcionan como un nuevo tipo de empresas de viajes cuyo objetivo no es únicamente el consumidor final sino también los prestadores de servicios y las agencias de viajes. Estas empresas suelen prestar una amplia gama de servicios incluida la ayuda a los consumidores para encontrar los mejores precios de los productos de turismo mediante el mantenimiento de grandes catálogos en línea; la oferta de reservas y ventas en línea en nombre de los prestadores de servicios; y el mejoramiento de capacidad de los sitios de las agencias de viajes en Internet.

34. Se determinaron los obstáculos principales con que se enfrentan estas empresas. En primer lugar, y de modo especial, el costo de la tecnología y de la conexión con Internet seguía siendo muy elevado, especialmente en países donde la empresa de telecomunicaciones del Estado tenía el monopolio. Por consiguiente, los agentes de viaje expresaron su preocupación porque sólo una minoría de los prestadores de servicios y consumidores de sus países podían tener acceso a la Internet, lo que hacía más difícil maximizar los beneficios de su estrategia de comercio electrónico. Era difícil convencer a las empresas de la utilidad de adoptar Internet e Intranet como medio comercial a los costos actuales.

35. Además, el costo de mantener los sitios en Internet era elevado, especialmente por la necesidad de actualizar continuamente la información, estar al día en una tecnología que cambia rápidamente, conseguir un nivel visual atractivo mediante un entorno gráfico adecuado y gestionar las respuestas a las preguntas por correo electrónico. También era difícil comercializar el sitio puesto que era preciso inscribirse en un número cada vez mayor de motores de búsqueda y situarse correctamente en relación con los portales del turismo para poder adquirir tráfico.

36. Otro obstáculo importante era que en muchos países la reglamentación local no permitía hacer pagos en línea. En estos países, los negocios electrónicos o bien se saltan el sistema bancario local o desplazan sus servicios en línea a países donde estos pagos son posibles. En consecuencia, los ingresos por turismo no quedan canalizados necesariamente en su totalidad al mercado de destino. Por consiguiente se alentó a los países en desarrollo a adoptar técnicas de pago en línea e introducir leyes de apoyo.

37. Algunos expertos expresaron su pesar por la inexistencia o la ineficiencia de una junta de turismo capaz de comercializar el país como destino turístico.

38. Se determinaron los factores esenciales para el éxito y las enseñanzas conseguidas por las empresas. En primer lugar, era importante escoger una tecnología escalable, poder publicar contenido local y dirigirse a un público adecuado mediante los medios tecnológicos más apropiados. Uno de los expertos presentó el modelo comercial de su empresa que se basaba en la utilización simultánea de diferentes tecnologías: Internet y los mensajes de correo electrónico se complementaban mediante un canal de televisión por cable, comunicación sin hilos (WAP) y el sistema de mensajes cortos (SMS).

39. Otro factor esencial para el éxito era tener la propiedad del inventario, a saber, realizar la compra anticipada de habitaciones de hotel y otros servicios turísticos. Esto hacía posible

conseguir grandes descuentos y controlar la calidad. Lo más importante de todo era invertir en capital humano, lo que exigía una capacitación técnica amplia y también la creación de capacidades en el sentido más amplio.

40. El segundo tema debatido fue la función de las organizaciones de comercialización de los destinos (OCD). Al ser las OCD, organizaciones que se dedican a un destino determinado son esencialmente diferentes de los intermediarios turísticos sin especialización en los destinos y, por lo tanto, tienen una función muy definida que desempeñar. Los expertos convinieron en que la esfera tradicional de competencia de las OCD era la promoción de su destino mediante el desarrollo de actividades de relaciones públicas, el fomento de la credibilidad y la confianza entre los consumidores y la actuación como centro de información turística en línea.

41. Los expertos hicieron hincapié en que actualmente sólo un pequeño porcentaje de los ingresos por turismo, que en algunos casos era de sólo el 30%, quedaba de hecho en manos de los prestadores de servicios de países en desarrollo. Uno de los expertos comentó más tarde esta cifra señalando que gran parte del 70% restante correspondía a los costos de los viajes internacionales. Era poco probable que los países en desarrollo pudiesen retener estos costos, a no ser que tuvieran a su cargo los vuelos internacionales. En todo caso, los expertos convinieron en que las OCD y los prestadores de servicios de países en desarrollo podían utilizar Internet para aumentar la participación en los ingresos por turismo eliminando los intermediarios que no añadían necesariamente un valor al producto. Esto significaba aumentar la rentabilidad a largo plazo de los operadores del sector privado y fortalecer su poder de negociación con los grandes operadores de turismo. A su vez, un aumento de la retención de los ingresos haría posible que las OCD no solamente actuaran como instrumento operativo de información y reservas, sino que también "gestionaran" sus destinos. Esto exigía una comprensión a largo plazo y una gestión cuidadosa de los efectos sociales, culturales y ambientales del turismo.

42. En relación con ello, las OCD deberían actuar como catalizadoras para desarrollar una asociación entre todos los elementos de la cadena de oferta turística -incluidos el gobierno, los prestatarios de servicios turísticos locales, los agentes de viaje y otros intermediarios, los sistemas mundiales de distribución (SMD), los portales de viajes y el sector de la tecnología de la información y las comunicaciones (TIC), así como la comunidad local y los suministradores extranjeros- con el objetivo común de aumentar la retención de los ingresos y de mantener la calidad de los destinos a largo plazo.

43. Con la llegada de Internet, la idea de una asociación resulta mucho más importante, habida cuenta de la necesidad de evitar una fragmentación excesiva de la información entre demasiados sitios en Internet. Las OCD podrían desempeñar una función importante en relación con ello fomentando la coherencia entre las plataformas del comercio electrónico utilizadas por los productores turísticos y estableciendo buenos enlaces con portales importantes de turismo, motores de búsqueda y portales de entrada.

44. Los expertos hicieron hincapié en que había muchos tipos de OCD. En especial, estas organizaciones podían ser gubernamentales, semiprivadas o privadas: era imposible que hubiera una estrategia única para todas las OCD y era necesario explorar el mayor número posible de

alternativas. Según fueran las condiciones locales, estas organizaciones -además de facilitar información sobre su destino- podrían prestar directamente servicios electrónicos, a saber, hacer reservas seguras en línea para prestatarios locales de servicios. Por último, una posible función de las OCD era promover el conocimiento de los cambios técnicos que incidían en los prestatarios de servicios de turismo electrónico; impartir capacitación a sus sucursales y negociar con bancos y empresas de servicios financieros a fin de reducir los costos bancarios de los pagos en línea. Las OCD, en colaboración con el sector privado, podían también desarrollar turismo de intereses especiales, por ejemplo el ecoturismo y el turismo cultural, que podían comercializarse de modo especialmente adecuado en Internet.

45. Las OCD presentes en la reunión lamentaron el elevado costo de las conexiones con Internet, la dificultad de acceso desde grandes partes de sus países y la inexistencia de una "cultura de Internet" entre los prestatarios de servicios de turismo. También hicieron hincapié en que además de procurar aumentar su presencia en Internet sería esencial para los países en desarrollo desarrollar servicios físicos de atracción de turistas y de apoyo a ellos, como bancos, seguros, transportes y aduanas.

46. Las OCD sólo serán eficaces si se establecen institucionalmente y disponen de los necesarios recursos humanos, financieros y logísticos; esto en último extremo obligará a seleccionar las capacidades no solamente en función de la formación técnica sino también facilitando los necesarios recursos técnicos y financieros. Habida cuenta de los presupuestos modestos disponibles para promoción turística podrían aplicarse distintas soluciones, incluido el desarrollo de portales regionales o subregionales financiados, por lo menos parcialmente, por comisiones sobre las ventas conseguidas. También sería necesaria la cooperación de organismos especializados como la Organización Mundial del Turismo y la UNCTAD. Se consideró que la capacitación y la creación de capacidades eran elementos esenciales y que estas actividades podían ser desarrolladas y administradas conjuntamente por la UNCTAD, la Organización Mundial del Turismo e instituciones especializadas de enseñanza. La UNCTAD podría también contribuir a la creación de un portal internacional en Internet para las OCD a fin de aumentar su visibilidad en Internet.

47. El tercer tema debatido fue la tecnología de la información y la comunicación y cómo puede hacer posible el comercio electrónico en el sector turístico. Una tecnología de la información y la comunicación adecuada y actualizada suministra la infraestructura básica del comercio electrónico en el turismo. Los intermediarios de la tecnología de los viajes podrían suministrar soluciones para la conectividad electrónica de modo que las empresas de turismo y viajes pudiesen concentrarse en actividades básicas y no en cuestiones tecnológicas. Se dijo por ejemplo que era posible que un productor de turismo, como una empresa de alquiler de automóviles o un hotel, transmitiera su capacidad a una amplia gama de canales de distribución por conducto de una única conexión con Internet. Según algunos expertos la falta de una red terrestre dejaría de ser un problema con la llegada de Internet sin hilos y de los satélites de órbita baja, y los países en desarrollo podrían entonces pasar con éxito al comercio electrónico sin etapas intermedias. Según otros expertos las nuevas tecnologías podrían ser otro obstáculo más para los países en desarrollo y era necesaria la cooperación entre los gobiernos, las empresas y los ciudadanos para que la estrategia del turismo electrónico tuviese éxito.

48. Los expertos debatieron también las posibles consecuencias para la industria turística de los nuevos cambios tecnológicos como el nuevo nombre propuesto de dominio de alto nivel ".geo".

49. En relación con las opciones estratégicas de los países en desarrollo una posibilidad para superar los problemas de acceso comunes a muchos países en desarrollo eran los quioscos de Internet y los telecentros comunitarios con fines múltiples que podían aumentar el acceso público a Internet. Los telecentros comunitarios con fines múltiples son variados porque pueden dirigirse a públicos diferentes (las personas de edad, los niños, los adultos jóvenes, los empresarios, etc.) y podrían establecerse mediante la colaboración del gobierno, el sector privado, las organizaciones no gubernamentales y las organizaciones internacionales.

50. Se debatió también el tema de las prácticas anticompetitivas en la industria del turismo. Estas prácticas comprenden la presentación selectiva de plazas y habitaciones disponibles en los SMD, las tarifas elevadas de acceso a los sistemas de reserva informatizados, los obstáculos a la entrada de nuevos competidores en rutas importantes, las fusiones de los operadores de turismo, la fijación depredadora de precios y las cláusulas de exclusividad en los contratos de habitaciones de hotel. Una reunión de expertos celebrada en la UNCTAD en 1998 recomendó entre otras cosas la aprobación de un anexo sobre turismo al AGCS que expondría las nuevas disciplinas de reglamentación aplicables a los servicios turísticos. Esto sería esencial para promover una competencia justa y para el desarrollo sostenible de la industria turística.

51. Algunos expertos sugirieron entre otras cosas los siguientes puntos para que la UNCTAD adoptara medidas al respecto:

- preparar análisis sobre los beneficios concretos que proporciona a los países en desarrollo el turismo electrónico y sensibilizar sobre la TIC en los países en desarrollo;
- ampliar la comprensión de las medidas políticas necesarias en el contexto de la industria turística para adoptar una política general encaminada a fomentar la preparación de cara al comercio electrónico en los países en desarrollo;
- preparar un curso de capacitación para empresas de viajes de los países en desarrollo a fin de que puedan migrar de sus negocios tradicionales al comercio electrónico en cooperación con instituciones de capacitación y otras organizaciones internacionales;
- prestar apoyo a las OCD de países en desarrollo para que puedan gestionar mejor sus destinos respectivos a largo plazo fomentando los intercambios de experiencias entre las OCD de distintas regiones;
- promover la visibilidad de los portales turísticos de los países en desarrollo, quizá mediante el establecimiento de un portal central de turismo mundial en beneficio de los países en desarrollo;
- convocar una reunión de expertos sobre pagos por conducto electrónico y la seguridad de las transacciones en Internet, especialmente su relación con las firmas electrónicas;

- explorar los medios para que la UNCTAD actúe como incubadora del comercio electrónico y de pequeñas y medianas empresas de turismo electrónico.

### III. CUESTIONES DE ORGANIZACIÓN

#### A. Convocatoria de la Reunión de Expertos

52. De conformidad con la decisión de la Junta de Comercio y Desarrollo adoptada en su 24º período de sesiones, el 12 de mayo de 2000<sup>2</sup> se celebró en el Palacio de las Naciones, Ginebra, del 18 al 20 de septiembre de 2000 la Reunión de Expertos sobre Comercio Electrónico y Turismo. Inauguró la reunión el 18 de septiembre de 2000 el Sr. Jean Gurunlian, Director de la División de la Infraestructura de Servicios para el Desarrollo y de la Eficiencia Comercial.

#### B. Elección de la Mesa (Tema 1 del programa)

53. En su sesión de apertura, la Reunión de Expertos eligió a los siguientes miembros de la Mesa:

Presidente: Sr. Virasakdi Futrakul (Tailandia)

Vicepresidente-Relator: Sr. Patrick Pardo (Suiza)

#### C. Aprobación del programa (Tema 2 del programa)

54. En la misma sesión, la Reunión de Expertos aprobó el programa provisional que figura en el documento TD/B/COM.3/EM.9/1/Rev.1. Por consiguiente, el programa de la reunión fue el siguiente:

1. Elección de la Mesa.
2. Aprobación del programa.
3. Comercio electrónico y turismo.
4. Aprobación de los resultados de la reunión.

#### D. Documentación

55. La Reunión de Expertos tuvo ante sí para su examen del tema sustantivo del programa (tema 3) un informe de la secretaría de la UNCTAD titulado "El comercio electrónico y el turismo: las perspectivas y retos para los países en desarrollo" (TD/B/COM.3/EM.9/2).

---

<sup>2</sup> Véase el informe de la Junta de Comercio y Desarrollo sobre su 24º período de sesiones (TD/B/EX(24)/3), párr. 46 y anexo III.

E. Aprobación de los resultados de la reunión  
(Tema 4 del programa)

56. En su sesión final, celebrada el 20 de septiembre de 2000, la Reunión de Expertos autorizó al Relator a que, bajo la autoridad del Presidente, preparara el informe final de la reunión en el que figurarían las recomendaciones aprobadas por la Reunión (véase el capítulo I) y el resumen por el Presidente de los debates oficiosos de los expertos (véase el capítulo II). También decidió incluir como anexo I, el texto titulado "Sugerencias hechas por los países latinoamericanos".

## Anexo I

### SUGERENCIAS HECHAS POR LOS PAÍSES LATINOAMERICANOS

Los países latinoamericanos presentes en el Encuentro de Expertos en Comercio Electrónico y Turismo: Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela, hacemos las siguientes recomendaciones para que formen parte de las conclusiones del mencionado encuentro:

- 1) Entendemos que la globalización y la mundialización deben contribuir con el crecimiento económico sustentable y el desarrollo sostenido. En consecuencia, la cooperación internacional debe dirigirse a ayudar eficientemente en los esfuerzos locales y regionales.
- 2) Que la promoción de la imagen turística de una región o país, como la comercialización de los productos y los servicios turísticos mediante redes de comunicación debe facilitar e incrementar la participación de los países en desarrollo.
- 3) Que el funcionamiento de la comercialización mediante estas redes digitales debe facilitar a los países en desarrollo su participación protagónica, competitiva y aportante al desarrollo social de sus economías.
- 4) Que las sugerencias, las cuales enunciaremos más tarde, pueden ser igualmente adoptadas por otras regiones del mundo que compartan rasgos geográficos, etnográficos, culturales y ambientales similares:
  - a) Sugeriremos que los organismos multilaterales como la UNCTAD y la OMT estimulen la transferencia tecnológica, financiera y académica a los países en desarrollo de forma tal que las medianas y pequeñas empresas, que son las que prevalecen en nuestras economías, puedan beneficiarse de las oportunidades que brinda este nuevo orden económico;
  - b) Que estas mismas entidades multilaterales y otras con igual propósito evangelicen e inviten a los gobiernos de nuestros países para que reconozcan la importancia de estos desarrollos y asimismo prioricen e incluyan en sus políticas oficiales, los aportes presupuestales y logísticos requeridos para implementar estas soluciones;
  - c) Que solicitamos a estos organismos (UNCTAD, OMT y otros) el apoyo técnico, logístico y académico para implementar un portal de Sudamérica en la red mediante el cual se pueda dar a conocer nuestra exuberancia de recursos naturales con que se nos ha premiado, nuestra cultura, nuestro patrimonio histórico y arquitectónico, nuestros atractivos naturales y de realización

contemporánea que son la base para el desarrollo del turismo alternativo, el cual, cada vez es demandado de forma creciente por países con economías más sólidas;

- d) Que a su vez nos comprometemos al desarrollo de un turismo sustentable y sostenido basado en los principios de: calidad, servicio, seguridad y buena gestión.

Anexo II

PARTICIPACIÓN\*

1. Estuvieron representados en la reunión expertos de los siguientes Estados miembros de la UNCTAD:

Albania	Jamaica
Alemania	Japón
Angola	Jordania
Arabia Saudita	Kenya
Armenia	Letonia
Austria	Líbano
Bahamas	Madagascar
Barbados	Malasia
Benin	Malawi
Bolivia	Marruecos
Brasil	Mauricio
Burkina Faso	México
Camerún	Myanmar
Chile	Níger
China	Omán
Chipre	Países Bajos
Colombia	Panamá
Congo	Perú
Costa Rica	Qatar
Côte d'Ivoire	Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte
Cuba	República Popular Democrática de Corea
Ecuador	República Dominicana
El Salvador	República Unida de Tanzania
Eslovaquia	Rumania
Eslovenia	Samoa
España	Santa Lucía
Etiopía	Santo Tomé y Príncipe
Federación de Rusia	Senegal
Filipinas	Sudán
Finlandia	Suecia
Francia	Suiza
Ghana	Tailandia
Grecia	Togo
Guatemala	Trinidad y Tabago
Guinea	Turquía
Guinea-Bissau	Uruguay
Haití	Vanuatu
Irán (República Islámica del)	Venezuela
Israel	Yemen
Italia	Zambia

---

\* La lista de participantes figura en el documento TD/B/COM.2/EM.7/INF.1.

2. Palestina asistió a la reunión en calidad de observadora.
3. Estuvieron representadas en la reunión las siguientes organizaciones intergubernamentales:

Asociación de Organizaciones Africanas de Promoción Comercial  
Liga de los Estados Árabes  
Organización Árabe del Trabajo  
Organización de la Conferencia Islámica  
Organización Mundial del Turismo

4. Estuvieron representadas en la reunión los siguientes organismos especializados y organizaciones conexas:

Organización Internacional del Trabajo  
Organización Mundial del Comercio  
Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial

5. Estuvieron representadas en el período de sesiones las siguientes organizaciones no gubernamentales:

Categoría general

Confederación Internacional de Organizaciones Sindicales Libres  
Federación Mundial de Asociaciones pro Naciones Unidas  
Fondo Mundial para la Naturaleza  
Visión Mundial Internacional

Invitada especial

Association of European Travel Agents

-----