



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

Distr.  
GENERAL

TD/B/WP/120  
9 de agosto de 1999

ESPAÑOL  
Original: INGLÉS

---

JUNTA DE COMERCIO Y DESARROLLO  
Grupo de Trabajo sobre el Plan de Mediano  
Plazo y el Presupuesto por Programas  
34º período de sesiones  
27 de septiembre a 1º de octubre 1999  
Tema 4 b) del programa provisional

SEGUIMIENTO DE LA EVALUACIÓN DE PROGRAMA DE CENTROS DE COMERCIO:  
LA ESTRATEGIA DEL PROGRAMA

Resumen

La estrategia propuesta persigue un número limitado de objetivos cuyo propósito esencial es aprovechar los resultados concretos obtenidos hasta el momento para potenciar los componentes del Programa de Centros de Comercio que han demostrado tener una utilidad práctica. La estrategia propuesta se caracteriza por dos grandes orientaciones: lograr la autonomía financiera de los centros de comercio y reducir su dependencia de los recursos de la UNCTAD; y conseguir la interconectividad de esos centros. El enfoque global se adoptará teniendo en cuenta las condiciones particulares que se dan en cada país y en cada centro de comercio. La estrategia va acompañada de una exposición del calendario de ejecución, los objetivos concretos y los correspondientes indicadores de cumplimiento de estos objetivos. En conjunto, la estrategia propuesta se podría ejecutar en tres años. Las actividades principales previstas son desarrollar la capacidad y renovar la Red Mundial de Centros de Comercio (RMCC). En el presupuesto ordinario vigente se han consignado recursos suficientes para apoyar las actividades descritas en la estrategia, con la excepción de las relacionadas con el desarrollo de la capacidad, para las cuales harán falta recursos extrapresupuestarios.

## INTRODUCCIÓN

1. Al término del examen que efectuó de la evaluación en profundidad del Programa de Centros de Comercio (PCC) de la UNCTAD, el Grupo de Trabajo sobre el Plan de Mediano Plazo y el Presupuesto por Programas en su 33º período de sesiones: i) decidió que la ejecución del Programa de Centros de Comercio debía enfocarse de nuevo con unos objetivos más realistas, con el fin de centrarlo principalmente en la consolidación de sus funciones básicas, así como en la prestación del apoyo necesario a los centros de comercio; ii) invitó a la secretaría a que preparara una estrategia para el Programa de Centros de Comercio con el fin de someterla a la consideración detenida del Grupo de Trabajo, prestando al mismo tiempo particular atención al contenido del informe de evaluación y a las deliberaciones del Grupo de Trabajo a ese respecto; esa estrategia debía contener propuestas relativas a la viabilidad financiera y técnica de la aplicación de las recomendaciones del informe; iii) en este contexto, pidió a la secretaría que preparase un informe detallado acerca de todas las actividades realizadas para ejecutar los diferentes mandatos que se le habían confiado desde el comienzo del Programa de Centros de Comercio; y iv) invitó al Secretario General a que se dirigiera en particular a los gestores y usuarios finales de los centros de comercio para que le asesoraran sobre las propuestas que debía formular la secretaría para la aplicación de las recomendaciones del informe de evaluación y sobre las medidas futuras que pudieran adoptarse para mejorar la ejecución del programa, en especial con respecto a la asistencia que había de prestarse a los centros de comercio <sup>1</sup>.

2. El presente documento se ha elaborado atendiendo a esas peticiones. Para preparar la referida estrategia se han tenido en cuenta las opiniones de los Estados miembros acerca de las recomendaciones del informe de evaluación del PCC <sup>2</sup>, opiniones que están recogidas en el resumen del Presidente del 33º período de sesiones del Grupo de Trabajo <sup>3</sup>, así como de las opiniones de un grupo de gestores de centros de comercio, usuarios finales y expertos gubernamentales que se pronunciaron a título personal <sup>4</sup>.

## I. OBJETIVOS DEL PROGRAMA

3. El Programa de Centros de Comercio (PCC) se lanzó en 1992, en la VIII UNCTAD, como parte de la iniciativa sobre la eficiencia comercial, con los objetivos generales siguientes <sup>5</sup>:
- a) Promover una mayor participación en el comercio internacional, en particular de las PYME, prestando especial atención a los PMA y a otros países menos avanzados en el campo de la eficiencia comercial;
  - b) Reducir los costos de transacción en el comercio internacional;
  - c) Abrir el comercio internacional a nuevos participantes, especialmente a las PYME, contribuyendo a simplificar y armonizar los procedimientos de comercio en todo el mundo y facilitando a los comerciantes el acceso a las tecnologías avanzadas y las redes de información.
4. La labor llevada a cabo en este marco permitió definir seis esferas en las que era posible eliminar los obstáculos a la participación de los países en desarrollo y de las PYME en el comercio internacional. En el Simposio Internacional de las Naciones Unidas sobre Eficiencia Comercial, celebrado en Columbus (Ohio, Estados Unidos de América) en 1994, se adoptó un conjunto de soluciones prácticas recogidas en las "Recomendaciones y directrices para la eficiencia comercial" (TD/SYMP.TE/6). Dos de las herramientas principales para la puesta en práctica de la Iniciativa sobre la eficiencia comercial fueron los centros de comercio y la Red Mundial de Centros de Comercio (RMCC).
5. En su primera etapa el PCC se dedicó principalmente a apoyar el establecimiento de la red física de centros de comercio. Esto supuso la creación de "ventanillas únicas" (físicas o virtuales) que se encargaran de proporcionar toda la información comercial y todos los servicios de apoyo indispensables para realizar operaciones de comercio exterior. La rápida evolución de las tecnologías de la información condujo a dar preferencia a:
- a) dotar los centros de comercio de herramientas eficaces para participar en el comercio electrónico mundial, sobre todo a través de la Internet, y
  - b) apoyar la cooperación entre los centros de comercio tanto en el ámbito regional como en el interregional. En este contexto, la ayuda proporcionada por varios donantes permitió desarrollar productos tales como las

oportunidades de comercio electrónico (OCE) y los semilleros Internet de centros de comercio, a fin de ayudar a estos centros a que pasaran paulatinamente de proporcionar servicios previos a las transacciones de comercio exterior a ser ellos mismos proveedores de servicios de comercio electrónico. Además se prestó apoyo a iniciativas para crear foros regionales de centros de comercio que tendrían por misión fomentar el intercambio de información y la cooperación práctica entre estos centros.

6. Actualmente son 124 los países que participan en el Programa de Centros de Comercio, y el número total de estos centros en todo el mundo es de 160, de los cuales la secretaría de la UNCTAD considera que 54 ya están funcionando, mientras que el resto se encuentra en distintas etapas de constitución.

## II. ORIENTACIONES Y PRIORIDADES DE LA ESTRATEGIA

7. La estrategia propuesta persigue un número limitado de objetivos y su propósito esencial es aprovechar los resultados concretos alcanzados hasta el momento para potenciar los componentes del PCC que han demostrado tener una utilidad operacional. Para ello, la estrategia tiene particularmente en cuenta los últimos avances de las tecnologías de la información, especialmente la tremenda evolución de la Internet, y la aparición de nuevas herramientas electrónicas que pueden ser utilizadas por los centros de comercio. En la ejecución de la estrategia se seguirán en todo momento los objetivos iniciales del PCC definidos en la VIII UNCTAD, que continúan siendo válidos.

8. La estrategia propuesta tiene dos grandes orientaciones, relacionadas entre sí:

- la primera pretende lograr la autonomía financiera de los centros de comercio y reducir su dependencia de los recursos de la UNCTAD;
- la segunda busca fortalecer la interconectividad de los centros de comercio, que ahora se ve muy facilitada por el crecimiento de la Internet.

El enfoque global se adoptará teniendo en cuenta las condiciones específicas de cada país y de cada centro de comercio. En su etapa de constitución, sobre todo en los PMA, los centros de comercio recibirán el apoyo de

la UNCTAD para que puedan empezar a funcionar lo más rápidamente posible. En esta etapa el trabajo se concentrará en proporcionar formación sobre los servicios previos a las operaciones de comercio exterior y en crear las condiciones necesarias para que el centro de comercio empiece paulatinamente a realizar actividades de facilitación del comercio. Los centros de comercio que ya están funcionando deben ampliar estas actividades y avanzar hacia el comercio electrónico.

9. En el anexo (publicado con la signatura TD/B/WP/120/Add.1) se exponen los métodos que se utilizarán para ejecutar la estrategia propuesta, así como el calendario de ejecución, los objetivos concretos y los correspondientes indicadores de su cumplimiento. En conjunto, la estrategia propuesta se ejecutará en tres años.

10. Las actividades principales que se llevarán a cabo para alcanzar los referidos objetivos serán las siguientes:

- a) Desarrollo de la capacidad, en particular la formación y la provisión de servicios esenciales de apoyo para que los centros de comercio empiecen a funcionar y alcancen la autonomía financiera;
- b) La renovación de RMCC con el fin de seguir ayudando a los centros de comercio en todo el mundo a proporcionar servicios de valor añadido a sus clientes y de facilitar los intercambios entre esos centros.

#### A. Desarrollo de la capacidad

11. El proceso de desarrollo de la capacidad comienza con la presentación de una solicitud oficial a la UNCTAD para la creación de un centro de comercio y la prestación de asistencia técnica a fin de fortalecer la capacidad de un centro de comercio que ya esté funcionando para prestar servicios eficientes a sus usuarios finales. La UNCTAD asesora a la Administración nacional y a la institución de que se trate acerca de los problemas que entraña crear un centro de comercio o fortalecerlo y, cuando lo considera necesario, propone medidas concretas, entre ellas la cooperación técnica, con ese fin.

12. Para los centros de comercio es de la máxima importancia recibir asistencia del Programa de Centros de Comercio de la UNCTAD para el desarrollo de la capacidad, pues unos 100 de ellos no poseen los conocimientos especializados necesarios para prestar los servicios típicos de un centro comercial ni experiencia en la gestión de la actividad de una

entidad de este tipo. Por este motivo, es esencial que el PCC proporcione a estos centros de comercio las herramientas adecuadas <sup>6</sup>. Además estas herramientas deben facilitar el acceso a la experiencia ganada y a las mejores prácticas utilizadas por los centros de comercio que ya están funcionando.

13. Uno de los principales objetivos a largo plazo del PCC es lograr la autonomía financiera del programa y reducir su dependencia de los recursos de la UNCTAD. Un elemento clave de este objetivo es apoyar el establecimiento de foros regionales de centros de comercio y, de poder ser, una Federación Internacional de Centros de Comercio.

14. Para comenzar, los cursos de formación y los seminarios que organice el Programa de Centros de Comercio dispondrán de manuales sencillos y fácilmente comprensibles y de clases prácticas interactivas. Estos materiales didácticos podrían comprender sendas guías para la creación de sitios de los centros de comercio en la Web, para el funcionamiento eficaz del sistema de oportunidades de comercio electrónico (OCE) y para la prestación de servicios de facilitación del comercio. Todos estos materiales se difundirán electrónicamente por conducto de la RMCC. El curso de formación sobre la creación de sitios de los centros de comercio en la Web, concebido por la UNCTAD y llevado a cabo con éxito en Etiopía, Rumania y Zambia, se repetirá en los países más necesitados de conocimientos técnicos, en particular en los PMA. También se preparará un curso de formación técnica sobre la instalación y utilización de las nuevas tecnologías de la RMCC.

15. Se prepararán herramientas que ayuden a los centros de comercio a aumentar su autonomía financiera <sup>7</sup>. Entre esas herramientas habrá una guía de los productos y servicios que pueden generar ingresos para los centros de comercio y otra sobre el uso de Internet como instrumento de investigación comercial y comercialización.

16. El CCI y la UNCTAD seguirán cooperando en este campo. El CCI ha organizado con éxito cursos de formación para centros comerciales sobre distintos aspectos de las fuentes y la gestión de la información comercial. Sería sumamente conveniente seguir organizando cursos de ese tipo y además ampliarlos a las esferas mencionadas más arriba (en particular en lo que se refiere a servicios generadores de ingresos y a la utilización de la Internet para fines comerciales).

17. El Programa FOCOEX de la UNCTAD colaborará aportando una metodología didáctica basada en el concepto de la "formación de instructores", lo que permitirá a los centros de comercio impartir cursos a sus clientes con carácter regular. Estas actividades se completarán con el curso sobre gestión de centros de comercio y con cursos sobre diversos aspectos del comercio electrónico. En los cursos que se organicen, se utilizará todo lo que se pueda la enseñanza a distancia, en particular a través del sitio en la Web de la RMCC renovada sobre gestión de conocimientos que está previsto establecer.

18. Se confeccionará una lista en profundidad de consultores con suficiente experiencia en los centros de comercio o actividades similares. Esa lista incluirá gestores y operadores con experiencia en estos centros y expertos que han trabajado con resultados muy positivos para organismos de las Naciones Unidas que cooperan con el Programa de Centros de Comercio, pues esas personas podrían prestar la asistencia necesaria, sobre todo en las distintas regiones. Para ello se buscará la cooperación con los foros regionales de centros de comercio.

#### B. Renovación de la Red Mundial de Centros de Comercio

19. La RMCC es el corazón de la red de centros de comercio. Su sitio en la Web almacena o proporciona enlaces con todos los sitios de centros de comercio en la Web. Además contiene información muy diversa sobre el PCC, los distintos centros de comercio, la eficiencia comercial y otros aspectos conexos. Como ha aumentado el número de centros de comercio operacionales, también lo ha hecho la cantidad de información comercial difundida a través de la RMCC. Esto constituye un cambio significativo con respecto a los comienzos del sitio de la RMCC, cuando éste era sobre todo una herramienta para difundir el concepto de centro comercial.

20. Las localizaciones de espejos de centros de comercio y el semillero de centros de comercio se crearon en un principio para superar las limitaciones de ancho de banda y la escasez de recursos en los países en desarrollo. Con el rápido desarrollo de la Internet en todo el mundo en los últimos tres años, se han superado la mayoría de esos obstáculos. Además, el mantenimiento de localizaciones de espejos de centros de comercio resulta complejo y difícil de controlar desde el punto de vista de la calidad.

En consecuencia, se reducirá drásticamente el número de localizaciones de espejos de centros de comercio. Se conservará el semillero de centros de comercio mientras siga habiendo dificultades en algunos países en desarrollo para acoger sitios de la Web.

21. La finalidad principal de la renovación de la RMCC es aumentar su utilidad para sus usuarios, maximizar las posibilidades que ofrece el compartir desarrollos técnicos e información, y lograr la máxima participación de todos los centros de comercio en la Red. Para ello, la propia RMCC debe estar abierta a nuevos participantes, que puedan aportar una contribución al funcionamiento del sistema y beneficiarse de él. A este respecto deberán hacerse esfuerzos especiales para incorporar a nuevos participantes del sector privado y de las economías desarrolladas. Se espera que estos participantes aporten servicios o información adicionales si establecen conexiones entre sus sitios en la Web y la RMCC. Su acceso se haría a través del sitio principal en la Web o de un centro de comercio.

22. La facilidad de comprensión y de acceso de los distintos centros de comercio a la RMCC es un aspecto prioritario de su renovación, que tendrá sobre todo por objetivo la prestación de todos los servicios básicos de esta red electrónica (sitios de los centros de comercio en la Web, recepción y difusión de oportunidades de comercio electrónico, etc.). Se pretende que todos los centros de comercio tengan pleno acceso a esos servicios básicos, utilizando para ello el equipo y la tecnología actuales. Además, el PCC mejorará considerablemente la capacidad de la RMCC para utilizar las tecnologías nuevas y ofrecer mayores facilidades de acceso y de intercambio de información. Se quiere además que con el tiempo todos los centros de comercio adopten estas mejoras.

23. Se tiene la intención de establecer un marco técnico básico para la RMCC, que deberá mejorarse con la colaboración de todos los participantes interesados. En el caso de los centros de comercio, el intercambio de información se lograría estableciendo una base central de datos como medio más fácil y rápido de obtener la información. Esta última se actualizaría automáticamente mediante un proceso dinámico cuando se actualizara localmente.

24. El sistema renovado de las OCE formará parte de la RMCC. Para su configuración se tendrán en cuenta las recomendaciones contenidas en el informe de evaluación en profundidad, las opiniones expresadas por los gobiernos y las surgidas de los debates que tuvieron los gestores y usuarios finales de centros de comercio y los expertos gubernamentales a título personal en la reunión que celebraron del 26 al 28 de mayo de 1999 en Ginebra (véase el documento TD/B/COM.3/24).

25. El sitio de la RMCC en la Web contendrá tres tipos de servicios de información:

- a) Información comercial proveniente de los distintos centros de comercio (que se actualizará dinámicamente); esta información incluirá por lo general una base de datos sobre los comerciantes del país (exportadores e importadores), información sobre los mercados, información nacional acerca de la legislación comercial y los acuerdos comerciales, direcciones de contacto e información acerca de las organizaciones comerciales, y una lista de los servicios proporcionados por cada centro de comercio.
- b) Un espacio abierto para el intercambio de información entre todos los participantes, que proporcionará servicios para atender las necesidades de los grupos de noticias, por ejemplo una vigilancia tecnológica, un servicio de retroinformación de los usuarios, grupos de conversación interactiva, una base de datos para debate, una base de conocimientos <sup>8</sup>, boletines, anuncios, etc. La base de datos para debate será utilizada por los distintos centros de comercio como instrumento para formular preguntas acerca de cualquier problema que hayan encontrado y con respecto al cual los otros centros de comercio puedan ofrecer algún asesoramiento. Una vez que se ha hallado una solución apropiada, el problema y su solución se incluirán en la base de conocimientos. Esta sección podrá contener también información acerca de las herramientas y sistemas puestos a punto por los distintos centros de comercio, junto con las condiciones y los precios para su difusión.
- c) Información general sobre el PCC, de cuyo mantenimiento se encargará el equipo central. Esta información comprenderá datos tales como la lista de centros de comercio de todo el mundo (con indicación de su

estado de desarrollo), directrices, documentos, modelos de estatutos y planes de trabajo, formatos uniformes para las páginas de presentación de los centros de comercio, códigos internacionales aplicables, información sobre facilitación del comercio, y preguntas más frecuentes.

26. Se gestionará toda la información de manera que los centros de comercio y los usuarios puedan hallar fácilmente la información adecuada en el momento oportuno. Con este fin, se indizará la información para la búsqueda de textos completos, y aquélla incluirá campos definidos por los propios usuarios (por ejemplo, contraseña, sector industrial, tema) de manera que se pueda seleccionar una clase de información y consultarla aplicando criterios racionales.

27. La información no pasará directamente de la UNCTAD a los centros de comercio y los usuarios, sino que estará circulando constantemente por toda la comunidad de usuarios de la RMCC. La plataforma de información deberá poder hacerla circular por toda la RMCC de manera que todos los centros de comercio y usuarios puedan acceder a la última información disponible sobre los mercados, los productos, los servicios y la legislación. La información esencial se difundirá automáticamente, según los perfiles establecidos de los usuarios, y se difundirán dinámicamente por toda la red subconjuntos específicos de las bases de datos (solamente los campos actualizados) cuando se efectúe alguna actualización.

28. Para que este sistema funcione será necesario que el sitio central y los distintos centros de comercio utilicen la misma tecnología. Esta tecnología también se deberá poder utilizar en el plano local para que los centros de comercio puedan compartir determinada información con sus usuarios.

29. La RMCC renovada será un sistema técnicamente abierto con el fin de facilitar y alentar la introducción de innovaciones por sus usuarios. Además deberá poderse conectar o integrar fácilmente con otros sistemas de gestión de datos. La red utilizará los sistemas operativos más corrientes y en lo posible no deberá depender de ningún tipo concreto de equipo informático.

30. Se establecerán controles estrictos de calidad para velar en todo momento por la calidad de la información que circule por el sitio de la RMCC. En relación con esto, se procurará que éste alcance un nivel de calidad equivalente al de la norma 9001 de la ISO.

### III. CONSECUENCIAS FINANCIERAS

31. La UNCTAD mantendrá el nivel de recursos asignados al PCC, concretamente los cuatro puestos del cuadro orgánico y los dos del cuadro de servicios generales financiados con cargo al presupuesto ordinario. Estos recursos bastarán para apoyar las actividades descritas en este documento sobre la estrategia.

32. La realización de las actividades descritas en el epígrafe A, "Desarrollo de la capacidad", de la sección II exigirá conseguir recursos extrapresupuestarios. Se calculará y comunicará a los donantes qué cantidad se necesitará de esos recursos.

33. Utilizando los recursos ya previstos en el presupuesto ordinario se han dado los primeros pasos para la renovación de la RMCC. Los gastos de los servicios necesarios y de los técnicos altamente calificados con experiencia en redes electrónicas mundiales y en comercio electrónico que haya que contratar se cubrirán eventualmente con los ahorros hechos en 1998. Estos recursos adicionales sólo harán falta para la puesta en marcha de la RMCC renovada, mientras que el personal adscrito al PCC podrá asumir las actividades de mantenimiento y actualización.

-----

---

1. TD/B/WP/115, de 16 de marzo de 1999.

2. TD/B/WP/110, de 5 de octubre de 1998.

3. TD/B/WP/115, de 16 de marzo de 1999.

4. TD/B/COM.3/24.

5. TD/B/WG.2/7/Add.1 y TD/B/EX(8)/14, de fechas 7 de octubre de 1993 y 20 de junio de 1995 respectivamente.

6. Véase la recomendación formulada en el párrafo 56 de la evaluación en profundidad (TD/B/WP/110 y Add.1).

7. Véase la recomendación formulada en el párrafo 64 de la evaluación en profundidad.

8. Véase la recomendación hecha en el párrafo 25 de la evaluación en profundidad.