



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

Distr.
GENERAL

TD/B/COM.1/66
TD/B/COM.1/EM.23/3
19 de enero de 2004

ESPAÑOL
Original: INGLÉS

JUNTA DE COMERCIO Y DESARROLLO
Comisión del Comercio de Bienes y Servicios
y de los Productos Básicos
Octavo período de sesiones
Ginebra, 9 a 13 de febrero de 2004
Tema 3 del programa provisional

**INFORME DE LA REUNIÓN DE EXPERTOS SOBRE LAS
CONDICIONES DE ENTRADA EN EL MERCADO QUE
AFECTAN A LA COMPETITIVIDAD Y LAS EXPORTACIONES
DE BIENES Y SERVICIOS DE LOS PAÍSES EN DESARROLLO:
LAS GRANDES REDES DE DISTRIBUCIÓN, TENIENDO EN
CUENTA LAS NECESIDADES ESPECIALES DE LOS PAÍSES
MENOS ADELANTADOS**

celebrada en el Palacio de las Naciones, Ginebra,
del 26 al 28 de noviembre de 2003

ÍNDICE

<i>Capítulo</i>	<i>Párrafos</i>	<i>Página</i>
I. RESUMEN DE LA PRESIDENCIA	1 - 63	2
II. CUESTIONES DE ORGANIZACIÓN.....	64 - 68	23
<i>Anexo:</i> Asistencia		24

Capítulo I

RESUMEN DE LA PRESIDENCIA

Introducción

1. La Reunión de Expertos sobre las condiciones de entrada en el mercado que afectan a la competitividad y las exportaciones de bienes y servicios de los países en desarrollo: las grandes redes de distribución, teniendo en cuenta las necesidades especiales de los países menos adelantados se celebró en Ginebra del 26 al 28 de noviembre de 2003. Los expertos y consultores especialmente invitados expresaron sus opiniones sobre la forma en que los productores de los países en desarrollo pueden conseguir la entrada en los mercados, en particular en los mercados de los países desarrollados, teniendo en cuenta la creciente importancia de las grandes redes de distribución. En los párrafos siguientes se resumen los comentarios y sugerencias y se trata de reflejar la riqueza y diversidad de las opiniones expresadas.
2. Las grandes redes de distribución son redes geográficamente diversificadas con múltiples componentes que manejan grandes volúmenes de productos y que suelen estar verticalmente integradas. Los expertos estuvieron de acuerdo en que era importante que los productores de los países en desarrollo se integrasen en estas redes, ya que se han convertido en la clave de la cadena logística tanto para el comercio interno como para el comercio internacional, y por lo tanto ofrecen posibilidades a los productores de penetrar en mercados más amplios. Los expertos observaron que las grandes redes de distribución plantean condiciones especiales de entrada en los mercados. Estas condiciones pueden definirse como los parámetros que las empresas de exportación de los países en desarrollo tienen que cumplir para incorporarse a esas redes de bienes y servicios en el mercado de los países desarrollados. Esos parámetros pueden estar relacionados con las características del producto, la naturaleza del proceso de producción (por ejemplo, con respecto a la salud y seguridad de los trabajadores, o al impacto ambiental), los precios y la rapidez de entrega. El cumplimiento de esas condiciones de entrada en el mercado es un requisito previo para participar en modalidades de incorporación, como la exportación directa, las empresas mixtas, las asociaciones, la franquicia, la concesión de licencias o las ferias comerciales, o para recurrir a un representante, distribuidor o agrupador de ventas.

Acceso al mercado y entrada en el mercado

3. Es importante distinguir entre acceso al mercado y entrada en el mercado. Aunque la posibilidad de entrar en mercados exteriores depende de las condiciones de acceso al mercado (determinadas por las condiciones legales y administrativas impuestas por los países de importación en virtud de normas de comercio internacionalmente convenidas), la capacidad real de penetrar en un mercado depende de la competitividad del exportador (determinada por el costo y la calidad relativos del producto, incluidos los aspectos ambientales/sanitarios) y de las características de las cadenas de suministro y las estructuras de los mercados. Así pues, el acceso al mercado es un requisito previo para que pueda producirse la entrada en el mercado, pero no es suficiente. Una diferencia importante entre las condiciones de acceso al mercado y de entrada en el mercado es que, en tanto que las condiciones de acceso al mercado están sujetas en principio a la jurisdicción internacional de conformidad con las normas de la

Organización Mundial de Comercio (OMC), las condiciones de entrada en el mercado no lo están, y los productores tienen que cumplir estas condiciones o perder la oportunidad de penetrar en los mercados. Los exportadores de los países en desarrollo (en particular los de los países menos adelantados), así como sus gobiernos, tienen por tanto que ir más allá de las preocupaciones de acceso a los mercados y centrarse en las condiciones que rigen realmente la entrada en el mercado. Al mismo tiempo, es importante observar que tanto las condiciones de acceso como las condiciones de entrada en el mercado varían continuamente y que los exportadores de los países en desarrollo tienen que adaptarse a estos cambios a medida que se producen. Un ejemplo especialmente importante es la expiración de las preferencias en favor de los países de África, el Caribe y el Pacífico (ACP) en los mercados de la Unión Europea en 2006, lo que obligará a los productores a ser más competitivos.

Cuestiones de competitividad en las grandes redes de distribución

4. En lo referente a este tema, la Reunión se centró en cuatro cuestiones principales: i) cómo afectan las condiciones y requisitos de entrada en el mercado, positiva o negativamente, a la competitividad de los países en desarrollo en sus mercados principales; ii) cómo afectan las prácticas anticompetitivas de las grandes redes de distribución, en los países en desarrollo y en sus principales mercados, positiva o negativamente, a la competitividad de los productores y exportadores de los países en desarrollo; iii) cómo puede afectar la aplicación práctica de las normas comerciales a los países en desarrollo desde el punto de vista de la entrada en los mercados y de los obstáculos al acceso a los mercados; y iv) cómo alteran las condiciones de competitividad las subvenciones ofrecidas por los países desarrollados a sus empresas y productores, por ejemplo en el sector agrícola.

5. Con respecto a las dos primeras cuestiones, la Reunión sostuvo un intercambio de información sobre las principales prácticas transfronterizas y competitivas que afectan negativamente a la entrada en los mercados de las exportaciones de bienes y servicios de los países en desarrollo. A este respecto hay que tener en cuenta no sólo los perjuicios causados a los países en desarrollo por los cárteles internacionales sancionados por diversas autoridades encargadas de vigilar la competencia, sino también los abusos de poder de mercado por las empresas dominantes, que aplican prácticas de exclusión contra las empresas que no responden a sus intereses. Según algunas estimaciones, los perjuicios causados cada año a los países en desarrollo por los cárteles internacionales representan al menos la mitad del valor de la ayuda para el desarrollo prestada por los gobiernos de los países desarrollados. Se señaló también que, en muchos países en desarrollo, como resultado de la liberalización de las inversiones extranjeras directas, las grandes cadenas multinacionales de comercio al por menor están aumentando su presencia, a veces a expensas de los comerciantes locales tradicionales y más pequeños que no pueden competir. Aunque los consumidores se benefician con frecuencia de la calidad y atractivo de los servicios ofrecidos, esto ha provocado tiranteces con los suministradores autóctonos, que se quejan de que se ven obligados a suministrar sus productos en condiciones difíciles, generalmente bajo la amenaza de no negociar con ellos o de quedar excluidos. Además, se estimó que las grandes cadenas de comercio al por menor han aumentado con el tiempo su dominio de los mercados al proceder a una mayor concentración mediante fusiones y adquisiciones, tanto a nivel nacional como internacional. Habida cuenta de la magnitud de los perjuicios causados a los países en desarrollo por todas las formas de prácticas anticompetitivas, es esencial que la comunidad internacional estudie todas las medidas posibles, a nivel nacional e

internacional, para abordar estos problemas. Se sugirió a este respecto que se llevasen a cabo más investigaciones en esta esfera, incluida la preparación de un inventario de los principales casos de intervención de las autoridades encargadas de la competencia de los países en desarrollo, desglosados por sectores, y un estudio de los tipos de prácticas anticompetitivas en sectores/industrias dinámicos que tienen gran importancia para los países en desarrollo, como el turismo, los productos farmacéuticos, la tecnología de la información, etc.

6. Con respecto a las normas comerciales en el contexto de la entrada en el mercado, se indicó claramente que si bien es posible que se hayan liberalizado los obstáculos oficiales al acceso a los mercados, los obstáculos a nivel de las empresas, en forma de prácticas anticompetitivas y códigos de prácticas privados de las principales cadenas y redes de comercio al por menor pueden distorsionar o bloquear totalmente la entrada de los exportadores de los países en desarrollo. A este respecto, los países en desarrollo, y en particular los menos adelantados, se encuentran en situación de desventaja por lo que respecta a su capacidad para adoptar las normas necesarias sobre competencia. Además, incluso cuando existen estas normas a nivel nacional, son totalmente ineficaces para tratar de resolver el tipo de prácticas con que se enfrentan los exportadores, que dependen plenamente de las redes multinacionales extranjeras de distribución. La solución a estos problemas no puede depender únicamente de la aplicación de la legislación nacional sobre la competencia; lo que se necesita es una combinación de medidas internacionales sobre el comercio y la competencia. Al centrarse exclusivamente en los cárteles y en la cooperación voluntaria, las normas sobre la competencia propuestas por la OMC serían incapaces de resolver el problema de la exclusión o distorsión de los mercados por las grandes redes de distribución. A este respecto, es esencial que cualquier acuerdo tenga en cuenta las necesidades de los países en desarrollo y reconozca que la misma norma no es aplicable para todos. Además, hay que prestar especial atención a los problemas concretos de acceso al mercado de los países menos adelantados. Se indicó que hasta ahora se han hecho muy pocas investigaciones, incluso en los países desarrollados y en la OCDE, sobre los abusos del poder de compra por parte de las grandes redes de distribución. Aunque se señaló que las grandes redes de distribución también producen efectos positivos al promover la modernización y aumentar la competitividad de todas las cadenas de producción, se sugirió que la UNCTAD debía llevar a cabo investigaciones más profundas en esta esfera.

Condiciones de entrada en el mercado, en particular los requisitos ambientales, las grandes cadenas de distribución y las exportaciones agroalimentarias de los países en desarrollo

7. Los expertos dedicaron una gran parte del debate al impacto de las grandes cadenas de supermercados sobre las exportaciones agroalimentarias de los países en desarrollo. Los supermercados se han extendido con gran rapidez, y actualmente representan una importante proporción de la distribución al por menor en todos los países, no sólo en los países desarrollados. Los gobiernos de los países en desarrollo generalmente no han tratado de limitar la expansión de los supermercados, y en algunos casos la han promovido aunque algunos gobiernos, por ejemplo el de Côte d'Ivoire también han apoyado la creación de mercados locales como parte de una estrategia para reducir la pobreza. En América Latina, la proporción de los supermercados en el comercio al por menor aumentó de un 10-20% en 1990 hasta un 50-60% en 2000. Los supermercados de América Latina compran 2,5 veces más frutas y hortalizas a los agricultores latinoamericanos de lo que América Latina exporta al resto del mundo. En otras

regiones en desarrollo, esta proporción también ha aumentado rápidamente y ha llegado a ser del 55% en Sudáfrica y del 20% en las capitales de otros países africanos. Una vez más, los supermercados de África compran más a los agricultores africanos de lo que estos agricultores exportan al resto del mundo. Si bien los supermercados contribuyen a una mayor eficiencia del sistema de distribución, su expansión ha desplazado a muchos minoristas más pequeños, provocando a veces desempleo. Los expertos recomendaron que se analizaran más a fondo los efectos para la distribución de la penetración de los supermercados extranjeros en los países en desarrollo, y las estrategias de los productores y minoristas locales para hacer frente a este problema.

8. La expansión de los supermercados en los países en desarrollo y su dominio de los mercados de los países desarrollados provoca presiones y oportunidades para los productores de los países en desarrollo. Las condiciones de entrada en el mercado que plantean los supermercados se refieren a las características de los productos: calidad, apariencia, limpieza o gusto, empaquetado, seguridad (por ejemplo, utilización de pesticidas u hormonas artificiales, presencia de microbios), autenticidad (garantía de origen geográfico o utilización de un proceso tradicional), salud y seguridad de los trabajadores, impacto ambiental, precios y rapidez de entrega. Las prácticas de compra de los supermercados y de las grandes empresas de transformación están alterando rápidamente las "reglas del juego" de los agricultores y empresas de primera transformación. Por "mercados de productos" se entiende cada vez más "supermercados", y los requisitos de calidad, seguridad ambiental y seguridad alimentaria que antes sólo se aplicaban a los productos exportados se aplican ahora cada vez más a nivel nacional como resultado de la centralización de las adquisiciones por los supermercados. Estos cambios en la logística de los suministradores han hecho que las cadenas de supermercados busquen nuevos intermediarios, prescindiendo del sistema tradicional de mayoristas o transformándolo. Los supermercados trabajan cada vez más con mayoristas especializados, dispuestos a atender sus necesidades concretas y capaces de hacerlo. Estos mayoristas especializados reducen los costos de las transacciones y actividades de búsqueda e imponen normas y contratos privados en nombre de los supermercados. La aparición y la actividad de los mayoristas especializados ha promovido la convergencia, en términos de actores y normas de los productos, entre los mercados de alimentos para la exportación y los mercados nacionales.

9. Además de los requisitos que acaban de mencionarse, se han señalado otros requisitos más onerosos que aplican la mayoría, sino todos, los supermercados, incluidas las tasas de almacenaje, unas condiciones de pago desfavorables, la exigencia de recompra de los artículos no vendidos y las deducciones de los ingresos para cubrir la pérdida de productos. Los compradores también tratan a veces de imponer otras obligaciones a lo largo de la cadena de suministro, como los contratos de exclusividad. Aunque algunos exportadores de países en desarrollo, que están bien organizados y reciben apoyo de sus propios gobiernos y de la comunidad internacional, han podido satisfacer los requisitos fijados por los importadores, otros productores no pueden cumplir estos requisitos y se enfrentan con graves problemas para penetrar en mercados potenciales de exportación o pierden cuota en los mercados internos. Los pequeños productores, en particular, no siempre pueden satisfacer los requisitos por lo que respecta a la calidad, consistencia y volumen, y se enfrentan con unos costos de operación prohibitivamente elevados. Además, en los países menos adelantados, las prácticas inadecuadas de nutrición o los bajos niveles de nutrición repercuten tanto en la oferta como en la demanda y

hacen que a los productores les resulte difícil establecer relaciones con los grandes sistemas de distribución. La creación de "supermercados para los pobres", por una cadena de supermercados de Sudáfrica, en países africanos y en la India representa una tentativa de responder a la necesidad de mejorar la nutrición y ofrecer alimentos a bajo precio, en particular para la población pobre de las zonas urbanas. En comparación con los mercados de los países desarrollados, los mercados de productos de los países en desarrollo se caracterizan por un escaso apoyo institucional y una infraestructura física pública inadecuada. La infraestructura privada, como por ejemplo almacenes de embalaje, cadenas de frío y equipo de transporte entre suministradores y distribuidores, generalmente es inadecuada. Prevalecen los riesgos y la incertidumbre por lo que respecta tanto a la producción como a la respuesta de los suministradores a los incentivos.

10. No obstante los obstáculos para la entrada en el mercado con que se enfrentan los productores de los países en desarrollo, los esfuerzos por cumplir los estrictos requisitos de entrada en el mercado pueden tener efectos positivos para la eficiencia y competitividad de estas empresas y constituyen una mejora en comparación con las cadenas de suministro creadas en torno a unos intermediarios con escaso interés en reducir los costos y limitado contacto con los mercados de los consumidores. La experiencia demuestra que la mejor manera de desarrollar nuevos mercados y segmentos de mercados, nuevos productos y nuevos servicios es estableciendo alianzas entre los suministradores, los proveedores de insumos, los intermediarios y los clientes en la cadena. La expansión y dispersión de la agricultura contractual, una forma predominante de integración en el sistema mundial de adquisición, ha sido un fenómeno generalizado de la agricultura. En los países en desarrollo, los supermercados contribuyen de manera positiva al crecimiento del comercio interregional y conducen al desarrollo de pautas de consumo más homogéneas, lo que ofrece un mercado más amplio a los productores que se han adaptado a las condiciones de entrada en el mercado. Cuando es posible reducir los costos de las transacciones mejorando la organización de los productores, los beneficios potenciales para los pequeños agricultores pueden ser importantes. Sin embargo, esto exige inversiones considerables, en particular en capital humano. Se sugirió que se introdujese un pequeño impuesto sobre el comercio realizado con las cadenas de supermercados, que, combinado con el apoyo de los donantes, se utilizaría para mejorar la capacidad de las pequeñas empresas que hasta ahora no han conseguido participar en este comercio. Esto supondría la mejora de la infraestructura local, por ejemplo las instalaciones de pruebas y de almacenaje.

11. Las principales cuestiones que se plantean son cómo y en qué condiciones pueden los productores y exportadores de los países en desarrollo participar en las cadenas mundiales de distribución de alimentos, y qué medidas pueden contribuir a una participación equitativa en estas cadenas mundiales. La clave para responder a estas preguntas por lo que respecta al desarrollo de cadenas transfronterizas de alimentos es la formación de alianzas. Cuando el comprador/exportador depende de los cultivos de los productores y los productores dependen de los mercados de los compradores/exportadores y de los ingresos familiares, es posible superar el problema de establecer unos vínculos comerciales sostenibles, siempre y cuando ambas partes reconozcan su interdependencia. Lo mismo cabe decir de la complementariedad entre supermercados, importadores y exportadores.

12. El desarrollo y la aplicación de conceptos integrados de garantía de calidad de la cadena y de sistemas de rastreo y seguimiento permiten a las empresas agroindustriales y a los minoristas garantizar la calidad y seguridad a los alimentos, pero también supone un reto importante para los productores de los países en desarrollo. Los supermercados de algunos países han iniciado programas de gestión total de calidad y aplican las normas sobre evaluaciones por análisis de riesgos en puntos críticos de control (HACCP) a los productos perecederos y frescos, como el pescado y la carne. Su actividad se orientará efectivamente en una combinación de requisitos normativos y normas privadas.

13. Las normas o códigos de práctica son uno de los instrumentos más corrientes utilizados para el control de calidad y seguridad en la cadena de suministro. Hay muchos códigos de práctica que se refieren a diferentes aspectos o zonas geográficas de la cadena de suministro. Dependiendo de las circunstancias locales, de las estrategias empresariales y de las variaciones en las exigencias de los mercados finales, cabe distinguir dos principios básicos en el diseño de las cadenas mundiales de suministros de alimentos: la diferenciación de productos, y unos requisitos más complejos y estrictos por lo que respecta a los productos.

14. La diferenciación de productos está interrelacionada con las estrategias de competitividad de las industrias alimentarias y los minoristas, sobre todo en mercados especializados. Esto significa que, como parte de sus estrategias de abastecimiento de productos frescos, las empresas tienen que combinar activos físicos, tales como terreno y laboratorios, y activos intangibles tales como marcas de calidad o imagen.

15. Las opciones de los consumidores vienen determinadas cada vez más por los requisitos en materia de calidad y seguridad de los alimentos. Las demandas de los consumidores por lo que respecta a la sostenibilidad ecológica y socioeconómica de los productos agrícolas y las cuestiones relacionadas con la seguridad de los alimentos revisten cada vez mayor importancia. Recientemente, la preocupación de los consumidores por la seguridad de los productos frescos, ha supuesto una presión considerable sobre la industria alimentaria y los minoristas para mejorar las prácticas agrícolas respetando las normas de calidad y seguridad y tomar medidas para asegurar la transparencia y rastreabilidad de la cadena de suministro. Esta característica de las adquisiciones mundiales, tiene como resultado la demanda de productos certificados.

16. Por otra parte, las empresas internacionales operan en un marco legislativo por lo que respecta a la seguridad de los alimentos y los derechos de propiedad. Para las empresas alimentarias, la capacidad de establecer y etiquetar la calidad y de garantizar la imagen de seguridad y salud de los alimentos se ha convertido en un activo importante en estos mercados competitivos. La búsqueda de un marco o protocolo normativo en la cadena mundial de productos actúa como mecanismo para vincular las demandas de los consumidores y las preocupaciones ambientales con unas prácticas agrícolas mejores. También forja un vínculo evidente con las disposiciones legislativas nacionales y los reglamentos internacionales vigentes.

17. Lo que unos pueden considerar como diferenciación de productos por motivos de salud o seguridad otros pueden estimar que se trata de un tipo de obstáculo al comercio. La función de los acuerdos sobre medidas sanitarias y fitosanitarias y sobre obstáculos técnicos al comercio es asegurar el orden y la transparencia a este respecto. Sin embargo, en muchos casos, los requisitos privados de las grandes redes de distribución, que generalmente reflejan las

preferencias de los consumidores, se convierten en obligaciones vinculantes para productores y exportadores. Las nuevas normas o los cambios en las normas existentes pueden tener un impacto negativo sobre el comercio, que con frecuencia se deja sentir precisamente en el terreno en que más se mueven los países en desarrollo. Las medidas sanitarias y fitosanitarias, por ejemplo, se han convertido en un factor de disuasión especialmente agudo, al afectar a los países en desarrollo donde más vulnerables son: la necesidad de diversificar la producción.

18. El reconocimiento de que las medidas sanitarias y fitosanitarias y otras medidas técnicas pueden ser un obstáculo al comercio de productos agrícolas y alimentarios ha centrado la atención sobre la capacidad de los países en desarrollo para cumplir estas medidas. Preocupa el hecho de que muchos países en desarrollo, y en particular los menos adelantados, carecen de medios para cumplir los requisitos sanitarios y fitosanitarios en sus mercados de exportación, especialmente en los países desarrollados. Esto a su vez socava las ventajas competitivas que pudieran tener.

19. Aunque las normas de acceso a los mercados dan la impresión de que la entrada en el mercado es posible, en algunos casos las difíciles condiciones, incluidos los cambios legislativos, hacen que esta entrada resulte difícil para algunas exportaciones de los países en desarrollo. Por ejemplo, ciertas exportaciones a la Unión Europea y a los Estados Unidos han sido rechazadas por dudosas razones ambientales o técnicas relacionadas con el empaquetado, marcado o etiquetado. Hubo, por ejemplo, el caso de un producto rechazado porque al parecer era "desconocido" para las autoridades del país importador. Otro fue rechazado porque según se dijo contenía cantidades excesivas de un producto químico prohibido, pero cuando fue sometido a pruebas en un laboratorio independiente, resultó que se ajustaba a las normas. El costo de estas pruebas puede suponer hasta un 20% del valor de la mercancía. Los exportadores de los países en desarrollo no disponen de los fondos necesarios para estas pruebas, por lo que es probable que pierdan el mercado en la mayoría de los casos en que las medidas de seguridad son simples obstáculos técnicos al comercio. Otro problema se refiere a la variabilidad de las normas de los países importadores. Por ejemplo, las nuevas normas impuestas a las importaciones por motivos de terrorismo, que exigen que se notifiquen previamente los envíos a los Estados Unidos a la Administración de Alimentos y Drogas (FDA) de este país han resultado en la práctica sumamente complejas. Los pequeños exportadores no han podido cumplir estas normas con rapidez. Lo que se precisa, sobre todo en el caso de los países en desarrollo y en particular de las pequeñas y medianas empresas exportadoras de estos países, es un conocimiento actualizado de los mercados de exportación y de las instalaciones necesarias para cumplir las normas exigidas. A este respecto, se sugirió que los países en desarrollo estableciesen sus propios centros de acreditación y que estos centros fuesen reconocidos por todos los países importadores.

20. El aumento de las normas privadas de calidad y seguridad de los productos, así como la creciente importancia de la aplicación o no aplicación de las normas públicas, son aspectos esenciales de los requisitos impuestos en los sistemas de adquisición de productos. La evolución de las normas privadas en el sector de los supermercados también se ve afectada por los minoristas multinacionales que se esfuerzan por conseguir la convergencia entre las normas privadas aplicadas por la cadena en los países desarrollados y en los países en desarrollo. La elaboración de normas conjuntas para los supermercados por EUROPAGAP constituye un ejemplo a este respecto. No es sorprendente que a muchos pequeños agricultores y empresas de transformación les resulte imposible cumplir los requisitos de los supermercados y se vean

excluidos de sus listas de proveedores. Si bien la adopción de normas conjuntas facilita el cumplimiento de los requisitos, hay un grave problema para aplicar la misma norma a todos los exportadores independientemente de sus especiales características sociales (por ejemplo, la utilización de trabajo infantil) y de su capacidad para respetar las normas ambientales. Así pues, se sugirió que los gobiernos de los países desarrollados participasen en la elaboración de las normas privadas para que pudieran tenerse en estas normas las características especiales de los países exportadores. Otras iniciativas, como el Código de buenas prácticas para el establecimiento de normas sociales y ambientales fijadas por la Alianza Internacional de Acreditación y Etiquetado Social y Medioambiental (ISEAL) también son útiles a este respecto.

21. Los códigos de prácticas del sector privado han tenido un impacto considerable sobre los exportadores de los países en desarrollo. Un código de prácticas es una colección oficializada de los requisitos comerciales del sector privado utilizado para controlar la calidad y seguridad de los productos. Este código se basa en los acuerdos sobre medidas sanitarias y fitosanitarias y sobre obstáculos técnicos al comercio, en la legislación interna de los importadores, y en las exigencias de los consumidores. Aunque un código de prácticas ofrece la certidumbre de entrar en el mercado a los exportadores que cumplen estas prácticas, puede imponer niveles más elevados de cumplimiento que incluyan aspectos sociales y ambientales y aspectos relacionados con las preferencias de los consumidores. La mayoría de los agricultores y empresas de transformación de los países en desarrollo son pequeños empresarios, y muchos de ellos no pueden cumplir los códigos de prácticas impuestos por las grandes cadenas de suministro, por lo que quedan excluidos del mercado. Además, estas cadenas de suministro pueden distorsionar el desarrollo natural de los productores tradicionales, obligar a bajar los precios y los salarios, impedir que los productores locales encuentren mercados alternativos y dejar desabastecidos a los consumidores locales. Para contrarrestar estos efectos negativos, se sugirió que se impusiese una tasa sobre el valor del comercio de estas cadenas y que el producto obtenido se combinase con los fondos de los donantes, para facilitar el cumplimiento de los requisitos exigidos, en particular en el caso de los pequeños productores excluidos del mercado.

22. A los países exportadores se les aplican requisitos sociales y ambientales idénticos a los que se exigen en los países de los minoristas. Esto crea un problema para los países exportadores, ya que las condiciones sociales y ambientales difieren de un país a otro. Por ejemplo, un requisito ambiental conveniente para un país tal vez no sea necesario para otro debido a sus condiciones geográficas específicas. Los gobiernos de los países tanto desarrollados como en desarrollo deben participar en la adopción de códigos de prácticas para garantizar que se tengan en cuenta las peculiaridades de los distintos países. Además, se citaron varios ejemplos para demostrar cómo las exportaciones de los países en desarrollo se han visto penalizadas por las distintas normas fijadas para productos idénticos. Habría que promover la armonización de las normas a nivel internacional para tener en cuenta este problema. Además, los países en desarrollo carecen de la capacidad necesaria para responder debidamente a las prohibiciones de la importación, por lo que es necesario establecer y capacitar en estos países servicios locales de inspección.

23. Todas las actividades de adopción de normas en colaboración, como las consultas previas entre exportadores e importadores constituyen una forma prometedora de enfocar las cuestiones relacionadas con la "reordenación" de las cadenas agroalimentarias a nivel nacional e internacional. Las autoridades de los países en desarrollo deberían poder participar en la

formulación de los códigos de prácticas antes de que éstos sean aplicables en su territorio. Debe promoverse la armonización internacional de los códigos de prácticas para eliminar la necesidad de cumplir requisitos diferentes en mercados de exportación múltiples.

24. La pérdida inesperada de acceso a importantes mercados externos por motivos de calidad y seguridad de los alimentos agrava la vulnerabilidad de los exportadores de los países en desarrollo. En este caso, hay que prestar especial atención a las dificultades que tienen los países en desarrollo para advertir los cambios que se avecinan en los requisitos ambientales y de seguridad alimentaria, evaluar su impacto probable y saber adónde dirigirse en busca de ayuda para adquirir la capacidad necesaria para responder de manera oportuna y adecuada. La creación de un sistema de alerta temprana para conocer las normas, en particular las normas de protección sanitaria y fitosanitaria, contribuiría en gran manera a aliviar este problema. Ya existen ejemplos interesantes de medidas de "anticipación" en los sistemas de normalización privados y de la ISO.

25. Los expertos mencionaron en concreto el caso de la agricultura biológica como ejemplo de un sector dinámico. Aunque el valor total del comercio al por menor de este sector en el mundo se calculaba únicamente en 24.000 millones dólares de los EE.UU. en 2003, el ritmo de crecimiento en los principales países consumidores (Estados Unidos y Unión Europea) era de hasta un 20%, un ritmo bastante elevado en comparación con la mayoría de otras industrias. Los canales de comercialización difieren entre países. En los Estados Unidos, el mayor mercado, casi la mitad de los productos biológicos se venden en supermercados y la otra mitad en comercios de alimentos naturales. En el caso de los países en desarrollo, los expertos consideraron que sus principales oportunidades radicaban en los productos tropicales, los productos de fuera de temporada y los productos de temporada que escasean en los países desarrollados, en particular, frutas y hortalizas. Los productos novedosos o especiales (como los vinos del hemisferio meridional) y las frutas y hortalizas elaboradas (principalmente a granel) son las otras dos categorías. Se espera que las principales tendencias del mercado sean la maduración del mercado y la expansión de los mercados nacionales de los países en desarrollo, lo que daría lugar a un crecimiento ininterrumpido en el mercado y a una mayor competitividad. Se espera que los productores de los países en desarrollo sigan teniendo buenas perspectivas a este respecto.

26. La complejidad de los requisitos ambientales y de seguridad alimentaria de los supermercados exige una respuesta estratégica y dinámica por parte de los países en desarrollo, más que una respuesta fragmentaria, reactiva y a corto plazo. Entre los elementos de esta respuesta estratégica y dinámica podrían figurar los siguientes:

- Formular estrategias nacionales y regionales en respuestas a algunos requisitos generales o multisectoriales muy importantes, como las normas sobre evaluaciones por análisis de riesgos en puntos críticos de control (HACCP), la rastreabilidad de los productos, los niveles máximos de residuos o la directiva de la Unión Europea sobre el proyecto RACH (registro, evaluación y aprobación de los productos químicos).
- Establecer centros de intercambio de información, a nivel nacional, subregional o internacional, sobre los requisitos ambientales y de seguridad de los productos y los correspondientes sistemas de alerta temprana y respuesta rápida. Es también importante obtener más información sobre los nuevos reglamentos/normas y sobre los

requisitos de certificación, así como mantener consultas con otros interesados. Deben explorarse todas las posibilidades de participar activamente en estas consultas.

- Crear o mejorar sistemas adecuados de reglamentos y normas nacionales ambientales y, en su caso, normas específicas para las exportaciones similares a los requisitos ambientales en mercados clave.
- Mejorar o crear sistemas nacionales o subregionales de ecoetiquetado.
- Investigar activamente las posibilidades de armonización, equivalencia técnica y reconocimiento mutuo de los reglamentos y normas.
- Mejorar la coordinación de la asistencia técnica y las actividades de fortalecimiento de la capacidad de los donantes extranjeros (incluidos los importadores, de conformidad con el artículo 11 del Acuerdo sobre Obstáculos Técnicos al Comercio) con el fin de llevar a cabo las medidas mencionadas.

27. Es necesario centrar mejor la asistencia a nivel de subsector, en particular en el caso de las pequeñas empresas que con frecuencia quedan excluidas de los grandes planes de asistencia técnica de muchos organismos de ayuda. Entre las recomendaciones a este respecto se hicieron las siguientes:

- Las grandes cadenas de supermercados deberían distribuir el costo de la aplicación de las medidas sanitarias y fitosanitarias a través de toda la cadena alimentaria, mediante alianzas de sectores público y privado con los gobiernos nacionales.
- Con el fin de superar las dificultades que experimentan los países en desarrollo para reaccionar con rapidez ante las prohibiciones de importación, deberían establecerse servicios locales de inspección, administrados por inspectores de diversos países, para reducir los efectos perjudiciales de estas prohibiciones.
- El establecimiento de redes regionales de órganos de acreditación como complemento del Foro Internacional de Acreditación existente, reduciría los gastos de la costosa acreditación extranjera y mejoraría la calidad de algunas certificaciones.
- Es necesario ayudar a las pequeñas empresas a adquirir equipo básico de protección sanitaria y fitosanitaria, mediante microcréditos para microadquisiciones. Es frecuente que los préstamos comerciales no estén a disposición de estas empresas, y la creación de un fondo destinado a este fin y a apoyar la labor de las oficinas de normas contribuirían en gran manera a aliviar el problema de las medidas sanitarias y fitosanitarias al nivel de base.
- Por lo que respecta a los planes de colaboración, debería prestarse asistencia para alentar a las empresas de los países desarrollados a formar empresas mixtas con empresas de los países en desarrollo.

- En cuanto a las posibles medidas legales, la forma en que la Unión Europea aborda las cuestiones de rastreabilidad y equivalencia pueden suponer una carga injusta para algunos países en desarrollo y suministradores de productos determinados. Un experto en legislación europea y de la OMC debería examinar estas dos cuestiones para ver si pueden impugnarse los procedimientos de aplicación de la Unión Europea y su impacto discriminatorio, independientemente de la legalidad de las medidas.

28. También es necesario fortalecer la cooperación internacional. A este respecto, podrían tomarse las siguientes medidas:

- Aprovechar activamente las disposiciones sobre trato especial y diferenciado de los acuerdos sobre obstáculos técnicos al comercio y sobre medidas sanitarias y fitosanitarias.
- Crear centros nacionales y subregionales de intercambio de información sobre requisitos ambientales de los gobiernos y del sector privado.
- Explorar la posibilidad de establecer normas y sistemas de certificación regionales o subregionales.
- Que los países en desarrollo utilicen más activamente los debates en los comités de la OMC sobre obstáculos técnicos al comercio y medidas sanitarias y fitosanitarias para conservar o mejorar la competitividad de las exportaciones. Deberían explorarse todas las posibilidades de promover la transparencia, prolongar los períodos de notificación y los períodos de ajuste y facilitar la participación de los países en desarrollo en las consultas relacionadas con la adopción de normas. Los países en desarrollo deberían también aprovechar más eficazmente el Comité de Comercio y Medio Ambiente de la OMC para exponer sus preocupaciones por las medidas ambientales y de seguridad alimentaria en relación con el acceso a los mercados, en particular por ciertas tendencias generales críticas; para que se apliquen las disposiciones sobre trato especial y diferenciado, y para apoyar las estrategias dinámicas de ajuste y la participación activa en las consultas con los interesados para la adopción de normas.
- La iniciativa de la UNCTAD de establecer un Grupo consultivo internacional de tareas sobre requisitos ambientales y comercio internacional, como actividad basada en un proyecto que permitiría a los países en desarrollo mejorar la gestión de la información sobre los requisitos ambientales y sanitarios en los mercados de exportación clave; revisar las mejores prácticas para la adopción de normas y la celebración de consultas; y discutir la experiencia nacional con las estrategias dinámicas de ajuste; se trata de una iniciativa oportuna en la buena dirección.

29. Para que los productores de los países en desarrollo puedan beneficiarse de la posibilidad de introducirse en los mercados más amplios que ofrecen las cadenas de supermercados, es necesario el apoyo de los gobiernos. Los gobiernos de los países en desarrollo tienen que ofrecer oportunidades adecuadas para fortalecer la capacidad y desarrollar estrategias y políticas industriales adecuadas en aspectos tales como normalización, control de calidad, acceso a la información sobre mercados, suministro de insumos, facilitación de la inversión, promoción de

la tecnología, desarrollo de las pequeñas y medianas empresas y mejora y/o diversificación de las agroindustrias. En Trinidad y Tabago, por ejemplo, se prestó apoyo oficial para que las pequeñas y medianas explotaciones agrícolas pudiesen cumplir las normas de calidad para el suministro de aves de corral en virtud de acuerdos contractuales con los supermercados. Los gobiernos y la sociedad civil de los países en desarrollo pueden ayudar a los productores a organizarse como socios útiles con empresas importantes de distribución e instituciones financieras. En este contexto, es importante promover el desarrollo de mercados nacionales sólidos para que los productores no dependan totalmente de las modas en rápida evolución de los mercados de los países desarrollados.

30. Los gobiernos de los países en desarrollo tienen que invertir en servicios de divulgación dirigidos a los pequeños productores para abordar algunas cuestiones, como las deficiencias de los mercados de insumos y la reducción de la dilapidación. Para que los gobiernos puedan crear un entorno propicio, los expertos estuvieron de acuerdo en que el punto de partida podría ser la creación de categorías y normas para los productores locales y la inversión en servicios de divulgación. Habida cuenta del tiempo necesario para obtener los certificados sanitarios y fitosanitarios de los países importadores, los expertos sugirieron que los productores estableciesen diversas categorías de productos, empezando por los de categoría inferior, y se dirigiesen primero a los mercados locales menos exigentes. En este proceso se podría fortalecer la capacidad para la adopción de normas.

31. Las organizaciones de certificación de comercio equitativo, como Max Havelaar, pueden también desempeñar un papel importante ayudando a los productores a introducirse en mercados selectos. Con la misma idea, las grandes empresas de venta al por menor buscan continuamente nuevos productos atractivos -productos exóticos- para responder a la demanda de consumidores sofisticados y experimentados. Se sugirió a este respecto que los países en desarrollo hicieran un inventario de productos especiales disponibles, como alimentos frescos o naturales, té, hierbas y medicamentos que podrían patentar y proponer posteriormente a los grandes distribuidores. Se citó como ejemplo el desarrollo conjunto de un producto africano para elaborar un dulce de elevado valor nutritivo.

32. Los gobiernos de los países desarrollados podrían contribuir a este proceso facilitando la transferencia de tecnología y ofreciendo asistencia técnica para alcanzar la capacidad necesaria para cumplir las normas. Así, por ejemplo, se habían introducido sistemas para garantizar la rastreabilidad de la fruta fresca en Côte d'Ivoire, juntamente con medidas para ayudar a los productores a adaptarse a la legislación europea en materia de protección fitosanitaria y normas de calidad en el contexto de la ayuda recibida de la Unión Europea. Los gobiernos de los países desarrollados pueden también contribuir ofreciendo incentivos a los importadores de sus países para facilitar la entrada en su mercado de productos de países en desarrollo y facilitando la aprobación normativa de los productos de países en desarrollo. Por ejemplo, según parece, la aprobación se ha convertido en un obstáculo importante para lograr el acceso al mercado de los Estados Unidos en virtud de la Ley sobre crecimiento y oportunidad en África (AGOA). Los países desarrollados podrían también considerar la posibilidad de prestar a los productores de los países en desarrollo el mismo tipo de apoyo que prestan a sus productores nacionales para adaptarse a las nuevas normas.

Servicios de distribución

33. El debate de la Reunión de Expertos sobre los servicios de distribución, el comercio y las perspectivas de los países en desarrollo se organizó en el marco de negociaciones posteriores a Doha y se centró en las cuestiones relacionadas con los servicios de distribución y sus vínculos con otras actividades productivas. También se trataron otras cuestiones, como las diferencias entre las posibilidades de acceso a los mercados negociadas oficialmente y las condiciones reales de entrada en los mercados, la promoción de la participación de los países en desarrollo en el comercio internacional y la dimensión multilateral de las políticas de competencia.

34. Los mercados mundiales se caracterizan por el aumento de la competencia y los rigurosos requisitos en materia de calidad, lo cual dificulta que muchos países en desarrollo aprovechen las oportunidades del mercado. Es importante que los países en desarrollo, y en especial los países menos adelantados, aumenten su capacidad para formular y aplicar estrategias que mejoren la competitividad de las industrias que suministran a los mercados internacionales. Por su parte, la comunidad internacional debe facilitar esa tarea mediante la creación de un marco comercial multilateral, propicio.

35. La Reunión de Expertos reconoció que la situación actual en el ámbito de los servicios de distribución en todo el mundo plantea graves retos económicos y sociales a los países en desarrollo, aunque también crea nuevas e interesantes oportunidades. A fin de reducir al mínimo los riesgos y aumentar al máximo los beneficios que se pueden derivar de la evolución del sector, que está vinculado estrechamente con casi todas las demás actividades de servicios o de otro tipo, todos los miembros de la OMC deberían tratar de velar por que las negociaciones del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) sobre los servicios de distribución tengan un resultado satisfactorio.

Importancia de los servicios de distribución para la economía y el desarrollo

36. Los servicios de distribución son un sector muy importante en todos los países por su contribución al PIB y al empleo y por su concatenación regresiva múltiple con casi todos los demás sectores, como la agricultura y la fabricación. Tradicionalmente, esos servicios se consideraban un sector intrínsecamente interno y estaban protegidos y reglamentados en la mayoría de los países. Sin embargo, los servicios de distribución están experimentando actualmente cambios muy profundos como consecuencia de las fuerzas de la globalización, tanto en los países desarrollados como en los países en desarrollo. Su funcionamiento eficaz y la posibilidad de garantizar que se pueda acceder a ellos eficazmente son también factores fundamentales para determinar la competitividad última de los proveedores.

37. La mayoría de las grandes redes de distribución integradas y diversificadas pertenece a operadores de países desarrollados. Esas redes controlan grandes cuotas de mercado, captan un alto porcentaje del valor de mercado de los productos y tienen un enorme poder de negociación en el ámbito de los servicios de distribución en todo el mundo. El grado de concentración en los mercados de servicios de distribución es muy alto y sigue creciendo favorecido por la intensa actividad de fusiones y adquisiciones. Como consecuencia de ello, por ejemplo, los

distribuidores de los Estados Unidos reciben más del 70% del valor creado por los productos agrícolas a lo largo de la cadena de valor, mientras que los agricultores sólo reciben el 3%. La situación en los mercados de productos frescos y comestibles es similar.

38. En los casos bien conocidos del banano y el café, la cuota del productor es aún menor. El rendimiento bruto de los productores de banano es de sólo el 5% del precio de venta al público, mientras que los costos de distribución y de los servicios de comercio minorista ascienden al 34% del precio y los beneficios de distribución al 17%; el resto corresponde a los gastos de transporte, los impuestos y los gastos de maduración, entre otros. Así pues, los servicios de distribución reciben el 51% del precio final del banano, y más del 90% del precio pagado por los consumidores se queda en el país importador. Es posible que el caso del café sea el más extremo, ya que, del precio medio pagado por una taza, por el consumidor, los agricultores reciben menos de un centavo de dólar. Además, las asimetrías en el poder de negociación entre los compradores y los proveedores no son exclusivas del comercio de productos, sino que se extienden a varios servicios que son objeto de comercio internacional, como el turismo, con las prácticas anticompetitivas de los principales operadores integrados verticalmente, y el sector audiovisual, donde el 80% del mercado mundial está dominado por empresas de los Estados Unidos.

39. El sector de los textiles y el vestido es un sector tradicional aunque dinámico en el que los países en desarrollo tienen una clara ventaja comparativa y en cuyo comercio pueden seguir aumentando su participación y sus beneficios. Sin embargo, sus exportaciones se han visto fuertemente restringidas. Habida cuenta de la intensificación prevista de la competencia debido a la próxima caducidad del Acuerdo sobre los Textiles y el Vestido, es posible que los países en desarrollo sigan teniendo obstáculos importantes para ingresar en los mercados de los países desarrollados. Recientemente, las normas de origen se han convertido, ayudadas por la conveniencia de los aranceles relativamente altos aplicables al sector y por el mecanismo de los acuerdos regionales, en instrumentos de intervención y han beneficiado a los productores nacionales de la industria textil de los países desarrollados. Asimismo, las sutiles campañas en nombre de los derechos laborales y el medio ambiente podrían limitar aún más las exportaciones provenientes de los países en desarrollo. Poderosos contratistas del sector del vestido que poseen grandes canales de distribución en sus mercados nacionales están obligando a los fabricantes de los países en desarrollo a seguir unos códigos de conducta que a menudo son arbitrarios e imprevisibles y que sobrepasan las normas internacionales. Esos códigos perjudican a los productores y se convierten en condiciones de entrada. Además, las recientes iniciativas sobre la creación de un sector sostenible de la industria textil y el vestido en la UE podrían crear nuevos obstáculos a la entrada de los productores de los países en desarrollo. Se sugirió la realización de un estudio sobre los obstáculos no arancelarios al comercio de productos textiles y de vestido con el objetivo de promover una transición sin trabas a la etapa posterior al Acuerdo sobre los Textiles y el Vestido.

40. Asimismo, las grandes redes transnacionales de distribución están adquiriendo mayor poder en sectores en que los países en desarrollo tienen ventajas comparativas (gracias a los bajos costos de la mano de obra y a la disponibilidad de recursos naturales), como la agroindustria y el turismo. La posición dominante de los principales operadores del mercado, la mayoría de los

cuales son grandes empresas de países desarrollados, está impidiendo que los países en desarrollo exploten plenamente su potencial en muchos otros ámbitos, como el sector audiovisual y los programas informáticos.

41. Los cambios en materia de tecnología, gestión y explotación, que también afectan a los ámbitos de la adquisición y la financiación, están modificando rápidamente las reglas de juego en el sector de los servicios de distribución, al aumentar aún más el poder de negociación de las grandes cadenas frente a los operadores pequeños. Los productores de los países en desarrollo están teniendo también dificultades para responder a la amplia difusión en los supermercados de estrictas categorías y normas privadas en rápida evolución. Las normas de alta calidad establecidas por los grandes distribuidores suelen constituir una limitación para los proveedores pequeños.

42. En la mayoría de los países en desarrollo, los operadores tradicionales siguen dominando el sector de la distribución. El sector del comercio al por menor está altamente fragmentado y presenta una dualidad entre, por un lado, un pequeño subsector moderno que suministra a los segmentos de población con ingresos elevados y, por otro lado, un sector tradicional grande y diverso integrado por comercios familiares, vendedores callejeros, mercados mayoristas controlados por el Estado, mercados locales administrados por las municipalidades, mercadillos callejeros periódicos y otros puntos de venta, que varían de un país a otro.

43. Hoy en día, el sector de la distribución en los países en desarrollo también está cambiando rápidamente. La región donde los supermercados han ganado importancia más recientemente es África, en particular África oriental y meridional. En Sudáfrica, las ventas de comestibles en los supermercados representan el 55% del total nacional, en comparación con sólo el 5% en Nigeria. Además, como los servicios de distribución en los países desarrollados son un sector muy maduro con poco margen de beneficio, las grandes cadenas de distribución tratan de extenderse agresivamente en el extranjero, explotando las nuevas oportunidades en los países en desarrollo. Así pues, los servicios de distribución están experimentando un rápido proceso de globalización e internacionalización dominado por unas pocas empresas muy grandes de los Estados Unidos, Europa y el Japón. China y el Perú son los únicos países donde los distribuidores nacionales predominan en el mercado interno.

44. Muchos países en desarrollo han liberalizado su economía, con lo cual las empresas multinacionales y los grandes distribuidores han disfrutado de condiciones favorables. En el Líbano, por ejemplo, no existe hasta la fecha ningún servicio que controle la calidad de las importaciones o las exportaciones, el país carece de laboratorios acreditados, sólo recientemente ha empezado a adoptar normas de seguridad de los alimentos, no existe una ley de la competencia, las normas antidumping están anticuadas y hasta ahora no existía una ley de protección del consumidor, cuya promulgación está estudiando el Consejo de Ministros. Además, no existe ningún órgano eficaz de evaluación de la conformidad. En ese contexto, las grandes cadenas de distribución controlan el 80% de las importaciones y las grandes cadenas de comercio al por menor extranjeras se están extendiendo rápidamente. Al mismo tiempo, muchas cadenas locales de supermercados más pequeños se están viendo obligadas a cerrar y los proveedores locales se quejan de que se están viendo desplazados por las cadenas de comercio al por menor extranjeras. Al parecer, éstas tienen plazos muy largos de pago por crédito (hasta seis meses), mientras que al mismo tiempo están abriendo nuevas sucursales en el Líbano y en

otros países, lo cual lleva a los principales proveedores a pensar que su dinero se está utilizando para la expansión. Son comunes otros abusos, como las prácticas promocionales de ventas con pérdida y la publicidad obligatoria dentro de las propias tiendas, que están provocando la desaparición de los pequeños comerciantes. Sin embargo, éstos se muestran reticentes a quejarse a las autoridades por miedo a que se los excluya de las grandes cadenas de distribución y porque no creen que se puedan adoptar medidas eficaces para corregir la situación a su favor. En Sierra Leona se tiene poca experiencia hasta ahora con las cadenas extranjeras de supermercados, pero hay grandes importadores que controlan los precios. Así pues, hubo acuerdo en que las prácticas anticompetitivas de las grandes cadenas de distribución podían obstaculizar en parte la liberalización del comercio al privar a los países en desarrollo de los beneficios comerciales.

45. Los espectaculares cambios que están teniendo lugar en los servicios de distribución están teniendo importantes consecuencias sociales en muchos países en desarrollo, y sus repercusiones en el empleo son motivo de especial preocupación para las autoridades. La disparidad extrema en la distribución de los ingresos a lo largo de las cadenas de valor internacionales, que afecta particularmente a los pequeños productores agrícolas de los países en desarrollo y, por lo tanto, constituye una gran fuerza que perpetúa la pobreza y la desigualdad, ha venido reconociéndose como un grave problema ético desde hace mucho tiempo.

46. Una forma de abordar ese problema, que sin duda no es suficiente pero que ha adquirido cada vez más aceptación, consiste en reconocer y admitir la realidad del comercio injusto en todo el mundo precisamente como un problema intrínsecamente ético, y en proponer como respuesta la promoción del "comercio justo". Contrariamente al comportamiento económico habitual, el comercio justo consiste en pagar "lo más posible en vez de lo menos posible", destacando la responsabilidad social y las consecuencias de las transacciones comerciales para las tradiciones culturales, las condiciones laborales, los ingresos de los trabajadores y la sostenibilidad ambiental. Un elemento clave del comercio justo, y de hecho un ingrediente necesario para su viabilidad, es la individualización del productor para que el consumidor cobre conciencia de su difícil situación y, por lo tanto, esté dispuesto a pagar un precio mayor del que prevalecería en las condiciones normales del mercado, en las que el producto se considera sólo en su dimensión material.

47. En resumen, el proceso de modernización y globalización de las redes de distribución en los países en desarrollo plantea dos motivos principales de preocupación. El primero es su impacto sobre la competitividad de los productos y servicios exportados por los países en desarrollo, y más en concreto sobre las condiciones de entrada en los mercados. El segundo es el impacto de la penetración de las empresas multinacionales de distribución en los mercados internos de los países en desarrollo. La UNCTAD debe seguir estudiando esos dos aspectos para aumentar las posibilidades de los países menos adelantados fortaleciendo su capacidad para luchar contra esos problemas en el contexto de las negociaciones del AGCS.

48. Sin subestimar los graves retos planteados por las tendencias mencionadas, algunos participantes señalaron que el proceso en curso de modernización y globalización de los servicios de distribución creaba también una serie de oportunidades de desarrollo para los países en desarrollo, en término de aumento de la eficiencia, adelanto tecnológico, mejor integración con las redes comerciales internacionales y acceso al capital extranjero.

49. La inversión extranjera directa en los servicios de distribución puede ser beneficiosa para el empleo, el progreso tecnológico y la modernización de los países en desarrollo. Un ejemplo de ello son los servicios de transporte y de entrega rápida, que se están extendiendo rápidamente y están atrayendo inversiones en transporte e infraestructuras en muchos países en desarrollo. El desarrollo del comercio electrónico es otro ejemplo de oportunidad prometedora, ya que puede ser particularmente eficaz para ayudar a los pequeños proveedores de países en desarrollo a encontrar mercados para sus productos y servicios, en especial en los países desarrollados.

50. Los servicios audiovisuales se mencionaron también como un sector importante en el que la liberalización puede aportar ventajas significativas. Sin embargo, algunos participantes sostuvieron que el predominio de las grandes empresas de los Estados Unidos limita gravemente la capacidad de los países en desarrollo para entrar en los mercados audiovisuales internacionales, aun en el caso de países que cuentan con una potente industria audiovisual nacional, como la India.

Servicios de distribución y negociaciones del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS)

51. En el contexto de las actuales negociaciones del AGCS, los servicios de distribución engloban cuatro actividades: comercio mayorista, comercio minorista, servicios de comisionistas y franquicias. Los compromisos asumidos en esa esfera son sumamente importantes, porque los servicios de distribución constituyen el núcleo de la cadena logística y son de vital importancia para el comercio de bienes y de otros servicios. En las negociaciones del AGCS, el debate se ha centrado en el acceso a las redes de distribución y la propiedad de éstas, los canales mayoristas y, en particular, los servicios comerciales al por menor. La expansión extranjera se ha debido principalmente a la adquisición de cadenas nacionales, pero también a la inversión en nuevas instalaciones y la creación de empresas mixtas con compañías locales.

52. La transformación del sector minorista ha suscitado preocupación en muchos países en desarrollo por sus repercusiones en el comercio minorista tradicional y sus consecuencias sociales, en particular el desempleo. A ese respecto, se hizo referencia a las comunicaciones presentadas por Tailandia y China sobre la evaluación del comercio de servicios. También han causado preocupación las cuestiones de competencia relacionadas con la participación de las grandes cadenas en el sector y la creciente concentración de éste. Se consideró que contar con un marco normativo adecuado era una condición necesaria para lograr mejores resultados en cuanto a la eficiencia y a los beneficios tangibles para los consumidores y para ofrecer soluciones apropiadas al comportamiento anticompetitivo y hacer frente a los problemas sociales.

53. En todas las propuestas relacionadas con el AGCS se hace referencia a la importancia de este sector para las economías nacionales por lo que respecta a las oportunidades de empleo y de generación de ingresos y a la proporción que representa del PIB. A pesar de que existen diferencias entre los países en cuanto al grado de desarrollo y a las políticas y características estructurales, el sector de la distribución sólo es superado por el del turismo -entre los sectores de los servicios- en cuanto a su contribución al PIB y el empleo. Hasta hace poco, gran parte de las empresas minoristas de la mayoría de los países eran pequeños negocios dedicados al comercio

minorista de alimentos, productos textiles, prendas de vestir y calzado, electrodomésticos, etc. Probablemente por ese motivo en muchos países los servicios de distribución se han considerado tradicionalmente una actividad ante todo nacional y, por consiguiente, han sido objeto de una reglamentación estricta y se los ha protegido en gran medida de la competencia extranjera.

54. Sin embargo, en el último decenio, la liberalización del comercio, la aparición de oportunidades de suministro rápido y las nuevas tecnologías han desarrollado la capacidad de los mayoristas y los minoristas de obtener productos a nivel internacional. El sector de la distribución se está concentrando cada vez más, ya que los grandes operadores se hacen cada vez mayores con las nuevas medidas estratégicas adoptadas por las empresas, como las fusiones y las adquisiciones, y mediante la creación de redes y vínculos más estrechos (integración vertical) con los fabricantes, a nivel nacional e internacional. De las diez empresas de venta al por menor más importantes del mundo (medidas en función de las ventas), tres son estadounidenses, cinco alemanas y dos japonesas. Habida cuenta de ello, las propuestas de los Estados Unidos, la CE y el Japón en particular de que se liberalice aún más el sector no resultan sorprendentes. Los mercados consumistas de Asia oriental y América Latina parecen ser los principales objetivos de las cadenas de distribución de los países desarrollados.

55. Los servicios de distribución son fundamentales para el comercio de bienes y servicios industriales, y afectan también al comercio de productos agrícolas. Así pues, en las negociaciones del AGCS en curso, el acceso a las redes de distribución y la propiedad de estas redes y de los centros y almacenes de venta al por mayor son de especial importancia. Por ese motivo, la aplicación efectiva de las disposiciones contenidas en el artículo IV del AGCS es esencial para garantizar una mayor participación de los países en desarrollo en el comercio internacional de servicios. Además, la aplicación de esas disposiciones también reforzaría la competitividad de los países en desarrollo en otras esferas del comercio, como el acceso a los mercados de los productos no agrícolas.

56. El comercio de los servicios de distribución tiene lugar principalmente mediante una presencia comercial o una inversión y el comercio transfronterizo, entre otras cosas, mediante el comercio electrónico. Los miembros de la OMC reconocen la repercusión de las nuevas tecnologías, en particular de Internet y el comercio electrónico, que ofrecen oportunidades y entrañan retos para todos los socios comerciales. El desarrollo de los servicios de distribución está vinculado a la liberalización progresiva y el crecimiento del comercio internacional. Al mismo tiempo, los países en desarrollo están inquietos por las repercusiones de la liberalización del comercio y las perspectivas de desarrollo en ese sector, como han indicado en particular Tailandia y China en sus comunicaciones presentadas recientemente sobre la evaluación en relación con el AGCS. Esos países están preocupados, porque la liberalización ha afectado a los proveedores de los países en desarrollo, que han perdido cuotas de mercado en los servicios de distribución y publicidad, lo cual ha agravado los problemas con que se enfrentan las pequeñas y medianas empresas.

57. En la etapa inicial de las negociaciones, diez¹ miembros de la OMC presentaron propuestas de negociación concretas sobre servicios de distribución, entre otros, países en desarrollo (MERCOSUR, Colombia y la República de Corea), que señalaron las esferas concretas de negociación que les interesaban y preocupaban. Además, los primeros servicios en ser sometidos a un procedimiento de solución de diferencias fueron los de distribución. En una diferencia reciente relacionada con los servicios (Comunidades Europeas-Régimen para la importación, venta y distribución de bananos), se trató el tema de la definición de servicios de comercio mayorista. La CE argumentaba que, en el comercio de bananos, la fase mayorista no empieza hasta que concluye el proceso de maduración y que cualquier actividad previa a la maduración debe definirse no como venta al por mayor de bananos, sino más bien como parte del proceso de producción. El Grupo Especial señaló que la definición pertinente que figuraba en la clasificación de productos de servicios no establecía ninguna distinción entre los bananos verdes y los maduros y que la distribución de ambos tipos de bananos formaba parte de la misma categoría. Al mismo tiempo, el tema de los servicios de distribución ha sido muy importante en las negociaciones sobre la adhesión a la OMC, pues todos los países que se han adherido recientemente han contraído algún tipo de compromiso con respecto a ese sector. Por ejemplo, en el caso de la adhesión de China se preparó un anexo específico dedicado a los servicios de distribución.

Posición negociadora de los países en desarrollo en la esfera de los servicios de distribución

58. Pocos países en desarrollo se sintieron cómodos cuando asumieron compromisos concretos en este sector durante la Ronda Uruguay (se pueden encontrar esos compromisos en las listas de 36 miembros y en las de todos los de los países adheridos recientemente). Todavía son menos los países que en sus compromisos hacen referencia a los servicios de comisionistas (21) y las franquicias (23). Los servicios comerciales al por mayor son el componente individual de servicios de distribución más importante y representan una gran proporción de todo el comercio de servicios. Sin embargo, son raros los compromisos totalmente liberales con respecto a los modos 1 a 3. Senegal es uno de los pocos miembros que ha contraído compromisos totalmente liberales en relación con los servicios comerciales al por mayor.

59. El sector de la distribución es importante en el marco de las negociaciones en curso del AGCS; incluso se ha pedido a los países menos adelantados que asuman compromisos concretos en esta esfera. De los 39 países que han presentado ofertas iniciales, una tercera parte no ha contraído nuevos compromisos en este sector. Dada la situación actual, los países en desarrollo tienen miedo de comprometerse a liberalizar más su sector de los servicios de distribución en el marco de las negociaciones del AGCS, incluso teniendo en cuenta la flexibilidad del Acuerdo y el hecho de que se basa en un criterio positivo de listas.

60. Según lo dispuesto en el párrafo 4 del artículo VI del AGCS relativo a la reglamentación nacional, la elaboración de disciplinas en la esfera de los servicios de distribución está destinada a garantizar que las medidas relativas a las prescripciones y procedimientos en materia de títulos de aptitud, las normas técnicas y las prescripciones en materia de licencias no constituyan

¹ Australia, Colombia, la República de Corea, MERCOSUR, Suiza, el Canadá, el Japón, la Unión Europea, los Estados Unidos y Chile.

obstáculos innecesarios al comercio de servicios. De acuerdo con el párrafo 2 del artículo XIX del AGCS, los países en desarrollo pueden imponer condiciones a la apertura de sus mercados, como limitar el número de proveedores y establecer prescripciones en materia de resultados. En virtud de lo dispuesto en el artículo XVI del AGCS, los países pueden introducir limitaciones a la presencia comercial, por ejemplo a la proporción de capital extranjero, el empleo de personal extranjero y el tipo de entidad legal. En el artículo XVI se prevé también la posibilidad de utilizar pruebas de necesidad económica para mitigar a priori los posibles efectos negativos de la entrada de una empresa extranjera en el mercado, lo cual puede ser especialmente oportuno en la esfera de los servicios minoristas.

61. Tanto la eficacia del AGCS como la disposición de los países en desarrollo a liberalizar más los servicios pueden aumentar si se llega a un consenso con respecto a la aplicación de una disciplina multilateral sobre medidas de salvaguardia, ya que un instrumento de ese tipo podría constituir una protección eficaz a posteriori contra los posibles efectos negativos de los compromisos de liberalización.

62. Como conclusión, el debate puso de manifiesto que las negociaciones sobre los servicios de distribución están estrechamente relacionadas con las negociaciones sobre otros sectores de servicios, así como con la agricultura y la industria. También puso de manifiesto que los principales temas que se han de estudiar para que los países en desarrollo cuenten con la información necesaria en las negociaciones sobre los servicios de distribución son los siguientes:

- Los recientes cambios en los servicios de distribución del mundo entero están afectando de muchas maneras a las actividades comerciales y de desarrollo de los países en desarrollo;
- La tendencia a la concentración afecta a las empresas de los países en desarrollo, no sólo en sus mercados internos, sino también en sus mercados preferenciales de los países desarrollados;
- La evolución de los servicios de distribución afecta particularmente a las pequeñas y medianas empresas -productoras, minoristas y exportadoras- de los países en desarrollo;
- Los países en desarrollo, con el debido apoyo internacional, deben determinar la manera de acceder a las nuevas tecnologías de distribución y ponerla en práctica;
- Los países en desarrollo podrían llevar a cabo un proceso de liberalización gradual en este terreno, aprovechando las flexibilidades previstas en el AGCS para establecer condiciones reglamentarias;
- Se podría ayudar a los países en desarrollo a afrontar los riesgos relacionados con la liberalización de los servicios de distribución estableciendo mecanismos de salvaguardia eficaces, respaldados a nivel multilateral, para actuar como válvula de seguridad a posteriori, o mejorando los ya existentes;

- ¿Sería posible que las normas sobre la competencia se perfeccionaran y establecieran a nivel internacional o multilateral o se trataran como una cuestión intersectorial en diversos acuerdos comerciales multilaterales, relacionada, entre otras cosas, con los servicios de distribución?

63. Los participantes convinieron en que, teniendo en cuenta la importancia de los temas examinados en la Reunión de Expertos respecto al proceso preparatorio de la XI UNCTAD, la UNCTAD seguirá investigando las citadas cuestiones y proporcionando a los países en desarrollo información analítica completa y asistencia técnica para mejorar su capacidad de evaluar los problemas y oportunidades con que se enfrentan en la esfera de los servicios de distribución y para participar efectivamente en las negociaciones de la OMC en este terreno.

Capítulo II

CUESTIONES DE ORGANIZACIÓN

Apertura de la Reunión de Expertos

64. La Reunión de Expertos sobre las condiciones de entrada en el mercado que afectan a la competitividad y las exportaciones de bienes y servicios de los países en desarrollo: las grandes redes de distribución fue inaugurada el 26 de noviembre de 2003 en el Palais des Nations, Ginebra, por la Sra. Lakshmi Puri, Directora de la División del Comercio Internacional de Bienes y Servicios y de los Productos Básicos de la UNCTAD.

Elección de la Mesa

65. En la sesión de apertura, la Reunión de Expertos eligió la siguiente Mesa:

Presidente: Sr. Enrique Manalo (Filipinas)

Vicepresidente-Relator: Sr. Luis Velásquez (Venezuela)

Aprobación del programa

66. En la misma sesión, la Reunión de Expertos aprobó el programa provisional distribuido con la signatura TD/B/COM.1/EM.23/1. En consecuencia, el programa de la Reunión fue el siguiente:

1. Elección de la Mesa.
2. Aprobación del programa.
3. Las condiciones de entrada en el mercado que afectan a la competitividad y las exportaciones de bienes y servicios de los países en desarrollo: las grandes redes de distribución, teniendo en cuenta las necesidades especiales de los países menos adelantados.
4. Aprobación del informe de la Reunión.

Documentación

67. Para el examen del tema sustantivo del programa, la Reunión de Expertos dispuso de una nota de la secretaría de la UNCTAD titulada "Las condiciones de entrada en el mercado que afectan a la competitividad y las exportaciones de bienes y servicios de los países en desarrollo: las grandes redes de distribución, teniendo en cuenta las necesidades especiales de los países menos adelantados" (TD/B/COM.1/EM.23/2).

Aprobación del informe de la Reunión

68. En la sesión de clausura, la Reunión de Expertos autorizó al Relator a que preparara el informe final de la Reunión bajo la autoridad del Presidente.

Anexo

ASISTENCIA*

1. Asistieron a la Reunión expertos de los siguientes Estados miembros de la UNCTAD:

Burkina Faso	Líbano
Camboya	Madagascar
China	Marruecos
Comoras	México
Côte d'Ivoire	Mongolia
Cuba	Oman
Djibouti	República Árabe Siria
El Salvador	República de Corea
España	República Dominicana
Etiopía	Sierra Leona
Federación de Rusia	Sudán
Filipinas	Suriname
Francia	Trinidad y Tabago
Guatemala	Venezuela
India	

2. Las siguientes organizaciones intergubernamentales estuvieron representadas en la Reunión:

Comunidad Europea
Centro Sur

3. El siguiente organismo de las Naciones Unidas estuvo representado en la Reunión:

Centro de Comercio Internacional

4. Los siguientes organismos especializados y organizaciones conexas estuvieron representados en la Reunión:

Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación
Fondo Monetario Internacional
Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial
Organización Mundial del Comercio

5. La siguiente organización no gubernamental (ONG) estuvo representada en la Reunión:

Categoría General:

Confederación Internacional de Organizaciones Sindicales

* Véase la lista de participantes en TD/B/COM.1/EM.23/INF.1.

6. Los siguientes especialistas participaron en la Reunión

Sr. Martin Doherty, Jefe de Investigaciones, Cerrex Limited, Londres (Reino Unido)

Sr. Emmanuel Dolly, Secretario Ejecutivo, Organisation centrale des producteurs exportateurs d'Ananas et Bananes (OCAB), Abidjan (Côte d'Ivoire)

Excmo. Sr. Alejandro Jara, Embajador de Chile ante la OMC

Sr. Jean Claude Kohler, Jefe, Sección de Frutas y Verduras, Migros, Ginebra (Suiza)

Sr. Renee Lieveld, Ministro de Relaciones Exteriores, Paramaribo (Suriname)

Sr. Mario Marconini, ex Secretario Adjunto de Comercio e Industria, Brasilia (Brasil)

Sr. Philip Marsden, Director, Competition Law Forum e investigador superior, Instituto Británico de Derecho Internacional y Comparado, Londres (Reino Unido)

Sr. François Souty, Encargado de Misión para Asuntos Multilaterales, Consejo de Competencia, París (Francia)

Sr. Sietze Vellema, Director de Programas, Universidad y Centro de Investigaciones de Wageningen, Agrotecnología e Innovaciones Alimentarias, Países Bajos

Sr. Dave Weatherspoon, Profesor Asociado y Director, Gestión de Agroindustria, Universidad del Estado de Michigan, Detroit (Estados Unidos de América)
