



Conferencia de las  
Naciones Unidas sobre  
Comercio y Desarrollo

Distr.  
LIMITADA

TD/B/EX(8)/L.4  
20 de junio de 1995

ESPAÑOL  
Original: INGLÉS

---

JUNTA DE COMERCIO Y DESARROLLO  
Octava reunión ejecutiva (continuación)  
Ginebra, 29 de junio de 1995

PROYECTO DE CRITERIOS PARA EL ESTABLECIMIENTO Y  
FUNCIONAMIENTO DE CENTROS DE COMERCIO\*

1. Los Centros de Comercio se establecen como parte de la Iniciativa de Eficiencia Comercial tomada por la UNCTAD en su octavo período de sesiones, con miras a promover una mayor participación en el comercio internacional, en particular por las empresas pequeñas y medianas, prestando especial atención a los países menos adelantados y a otras naciones menos avanzadas en materia de eficiencia comercial. Como manifestaron los Ministros en la Declaración de Columbus sobre la Eficiencia Comercial, ello constituye un requisito previo para lograr el desarrollo. Otro importante objetivo de los Centros de Comercio lo constituye la reducción del costo de las transacciones en el comercio internacional. La combinación de esos dos objetivos permitirá a los Centros aportar una contribución importante al crecimiento económico y al desarrollo sostenible, así como a la reducción de la pobreza y la creación de empleo, en todo el mundo.

---

\* Aprobado por el Grupo Especial de Trabajo sobre Eficiencia Comercial el 16 de junio de 1995.

2. Un Centro de Comercio es el resultado de una combinación de tres elementos, a saber:

- a) Una fuente de información relacionada con el comercio que ofrece a los comerciantes activos y potenciales datos sobre el comercio y las oportunidades del mercado, los posibles clientes y abastecedores, las reglamentaciones y exigencias comerciales, etc.
- b) Una entrada en la utilización de redes en el plano mundial. Todos los Centros de Comercio estarán conectados con una red electrónica de alcance mundial y equipados con instrumentos eficientes de telecomunicaciones para vincularse con otras redes mundiales.
- c) Un centro de facilitación del comercio, en el cual todos los participantes en las transacciones de comercio exterior (por ejemplo, las aduanas, los institutos de comercio exterior, las cámaras de comercio, los transitarios, las empresas de transporte, los bancos, las compañías de seguros, etc.) se agrupan en una sola entidad física o virtual.

3. Cuando sea posible, los Centros de Comercio establecerán relaciones virtuales con los participantes en el comercio internacional, permitiéndoles así tener acceso, desde sus propios locales, a los servicios de los propios Centros.

#### A. Servicios básicos

4. Cuando se establezcan completamente los Centros de Comercio prestarán los servicios siguientes:

- a) servicios de asesoramiento acerca de las recomendaciones internacionalmente convenidas sobre facilitación del comercio y mejores prácticas comerciales;
- b) asistencia en lo concerniente a la realización de los trámites relativos a las actividades de importación y exportación;
- c) suministro de información acerca de las reglamentaciones sobre el comercio exterior, tanto locales como de los asociados comerciales;
- d) suministro de información sobre los organismos que pueden prestar asistencia ulterior.

5. De acuerdo con las condiciones locales, los Centros de Comercio desarrollarán su capacidad para facilitar:

- a) acceso electrónico a una amplia gama de información sobre mercados;
- b) un centro integrado, físico o virtual, para la prestación de servicios relacionados con el comercio, inclusive aduanas, procedimientos relativos a las licencias de importación y exportación, transporte, banca y seguros, etc.;
- c) asistencia en materia de conexión electrónica de los comerciantes con los servicios mencionados más arriba y asesoramiento sobre el comercio electrónico.

B. Principios operativos

6. El entorno económico, tecnológico, jurídico e institucional local será un factor determinante de la forma en que operen los Centros de Comercio. Sin embargo, para que la Red Mundial de Centros de Comercio sea eficaz es necesario llevar a efecto los siguientes principios básicos convenidos:

- a) Los Centros de Comercio realizarán sus actividades observando estrictamente las más altas normas de conducta, como, por ejemplo, el respeto, cuando se solicite, del carácter reservado de la información y el cumplimiento de la norma relativa a la no utilización de información confidencial con fines de lucro financiero personal.
- b) Los Centros de Comercio y la Red Mundial de Centros de Comercio se esforzarán en asegurar la exactitud y el carácter imparcial de la información que se facilite a los usuarios o a otros Centros de Comercio. Sin embargo, los Centros y la Red no asumirán ninguna responsabilidad jurídica respecto de la información que obtengan de terceros. Se informará siempre a los usuarios acerca de esta política.
- c) Los Centros de Comercio garantizarán un trato igual a todos sus asociados y usuarios, y se esforzarán en evitar todo monopolio o posición exclusiva en relación con los proveedores de servicios y otros Centros de Comercio.
- d) Los Centros respetarán el principio de la universalidad y velarán por que las soluciones técnicas respecto de los Centros de Comercio

y los servicios que ofrezcan sean útiles a todo tipo de usuarios en toda clase de entornos. Ello exigirá, entre otras cosas, la realización de esfuerzos especiales en favor de los países menos adelantados y las pequeñas empresas (con inclusión de las microempresas) de todos los países.

- e) Las soluciones y sistemas ideados por los Centros de Comercio, o destinados a ellos, serán interconectables y aplicables en forma recíproca. Ello comporta la observancia de las normas internacionalmente convenidas, en particular las promovidas por las Naciones Unidas (por ejemplo, las EDIFACT/NU), así como la utilización de los sistemas de clasificación uniforme internacional de productos y los sistemas abiertos de telecomunicaciones que operan con arreglo a normas técnicas internacionalmente convenidas.
- f) Los Centros de Comercio gozarán en todo momento de libertad para seleccionar el equipo y los servicios en forma que no comporte exclusividad, con miras a lograr una óptima relación calidad-precio.
- g) Los Centros elaborarán un marco que permita un intercambio mutuo de información lo más libre posible.

#### C. Organización

- 7. a) Se alienta a los Centros de Comercio a establecer estrechos vínculos de cooperación con los órganos nacionales competentes en materia de facilitación y/o promoción del comercio, cuando existan.
- b) Se sugiere la creación de asociaciones locales de centros de comercio en relación con éstos, del modo que se describe en el anexo.
- c) Se alienta a los Centros de Comercio que se establezcan en un mismo país a cooperar mutuamente y a coordinar sus actividades cuando proceda. A estos efectos, podrán crear un órgano nacional al que se confiará esta tarea de coordinación.

Anexo

ASOCIACIONES DE CENTROS DE COMERCIO EN LOS PAISES

1. Se sugiere la creación, en relación con los Centros de Comercio, de asociaciones de centros de comercio o eficiencia comercial en los países. Sus objetivos serán facilitar el comercio internacional e impulsar una mayor participación en éste, en particular por parte de las empresas pequeñas y medianas. Las asociaciones desempeñarán un papel de vanguardia en el establecimiento de los Centros de Comercio y, una vez creados, proporcionará asesoramiento y orientación.

2. Los miembros de la asociación deberían ser los representantes de las principales categorías de administradores, gestores, usuarios y proveedores de servicios (participantes). Podrán incluir, entre otros:

- los Ministerios competentes (de Comercio, de la Pequeña y Mediana Empresa, etc.)
- la Administración de Aduanas
- la Cámara de Comercio, la organización encargada de promover el comercio o el comité de facilitación del comercio
- los bancos y, cuando proceda, las instituciones crediticias especializadas en la financiación de empresas pequeñas y medianas y el sector no estructurado, las compañías de seguros, los transitarios, etc.
- las organizaciones no gubernamentales locales
- las universidades
- los importadores
- los exportadores.

-----