



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

Distr.
GENERAL

TD/B/COM.3/EM.3/2
1º de julio de 1997

ESPAÑOL
Original: INGLES

JUNTA DE COMERCIO Y DESARROLLO
COMISION DE LA EMPRESA, LA FACILITACION DE
LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL Y EL DESARROLLO
Reunión de Expertos en Telecomunicaciones
Facilitación de la Actividad Empresarial
y Eficiencia Comercial
Ginebra, 8 de septiembre de 1997
Tema 3 del programa provisional

LAS TELECOMUNICACIONES, LA FACILITACION DE LA ACTIVIDAD
EMPRESARIAL Y LA EFICIENCIA COMERCIAL

Principales implicaciones de la Infraestructura Mundial
de la Información (IMI) desde el punto de vista del
comercio y el desarrollo

Documento analítico preparado por la secretaría de la UNCTAD

INDICE

<u>Sección</u>	<u>Párrafos</u>	<u>Página</u>
INTRODUCCION	1 - 5	3
I. LA FACILITACION DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL, LA EFICIENCIA COMERCIAL Y LA REVOLUCION DE LAS TELECOMUNICACIONES	6 - 9	5
1. Recomendaciones del Simposio sobre Eficiencia Comercial relativas a las telecomunicaciones	6 - 8	5
2. El impacto de las telecomunicaciones en los otros sectores de la eficiencia comercial	9	6

INDICE (continuación)

<u>Sección</u>	<u>Párrafos</u>	<u>Página</u>
II. LAS TELECOMUNICACIONES, LA MUNDIALIZACION DEL COMERCIO INTERNACIONAL Y LA FUNCION ESENCIAL DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS ANTE ESTE FENOMENO . .	10 - 18	9
1. ¿Qué es la IMI?	11 - 12	9
2. Naturaleza y extensión de la "revolución de las telecomunicaciones"	13 - 16	10
3. La función esencial de las PYMES	17 - 18	13
III. LA NUEVA DINAMICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL . . .	19 - 30	15
1. Las telecomunicaciones y los nuevos paradigmas del comercio	21 - 23	15
2. Consecuencias sobre los responsables de la política comercial y los negociadores	24 - 25	19
3. El eslabón perdido del comercio electrónico . .	26 - 30	20
IV. NUEVAS OPORTUNIDADES PARA EL COMERCIO Y EL DESARROLLO	31 - 45	23
1. El potencial de Internet	33 - 36	23
2. El ejemplo de la Red Mundial de Centros de Comercio (RMCC)	37 - 43	26
3. Propuestas que se esperan de los expertos participantes	44 - 45	28

Recuadros

1. Ejemplo práctico de las repercusiones de las telecomunicaciones en la actividad empresarial y en el comercio: la República Checa . .	7
2. El ejemplo de GrameenPhone en Bangladesh, como forma alternativa de financiar infraestructuras de telecomunicaciones	13
3. ¿Qué es el comercio de telecomunicaciones?	18
4. El volumen del comercio electrónico y la probable rapidez de su crecimiento	21
5. Algunas cuestiones relacionadas con los pagos electrónicos	25
6. Ejemplos prácticos de cómo Internet puede mejorar los métodos de trabajo: presencia en la World Wide Web de algunas misiones permanentes de Ginebra	29

INTRODUCCION

1. El primer período de sesiones de la Comisión de la Empresa, la Facilitación de la Actividad Empresarial y el Desarrollo se celebró del 20 al 24 de enero de 1997. Tras un intenso intercambio de puntos de vista y experiencias sobre la base de la documentación preparada y las breves presentaciones hechas por la secretaría acerca del tema 4 del programa de ese período de sesiones (Infraestructura de servicios para el desarrollo y evaluación de la eficiencia comercial), la Comisión dio varias directrices y fijó unas prioridades para la labor de la secretaría en las esferas pertinentes.

2. En relación con esto, la Comisión decidió, entre otras cosas, convocar una reunión de expertos en telecomunicaciones, facilitación de la actividad empresarial y eficiencia comercial. Además especificó que "la reunión deberá centrarse en la evaluación de las consecuencias prácticas sobre el comercio y el desarrollo de la Infraestructura Mundial de la Información (IMI), con inclusión de sus aplicaciones en la Red Mundial de Centros de Comercio (RMCC)".

3. Esta decisión hay que considerarla teniendo en cuenta el contexto más amplio de los resultados finales de la IX UNCTAD (Midrand, abril-mayo de 1996), pues en el párrafo 94 del texto final de la Conferencia, "Una asociación para el crecimiento y el desarrollo", se especifica que, "con el fin de prestar apoyo práctico a los empresarios de los países en desarrollo, la UNCTAD debe complementar los resultados del Simposio Internacional de las Naciones Unidas sobre Eficiencia Comercial, celebrado en Columbus (Ohio), en octubre de 1994. Dentro de los límites de los recursos disponibles, la UNCTAD deberá, en particular... teniendo en cuenta la relación existente entre la eficiencia comercial y la infraestructura de información, evaluar con estrecha cooperación con la UIT, las consecuencias prácticas para el comercio de la incipiente Infraestructura Mundial de la Información (IMI) y definir posibles modos de proceder en esta esfera" 1/.

4. Cuando se lanzó en 1991 la Iniciativa sobre Eficiencia Comercial de la UNCTAD, uno de sus principales objetivos era buscar los medios prácticos de reducir considerablemente los costos de transacción de las operaciones del comercio internacional. Esta reducción se esperaba conseguir sobre todo gracias a un uso más intensivo de las tecnologías de la información. Desde entonces han hecho su aparición una serie de factores en las esferas de la facilitación de la actividad empresarial y la eficiencia comercial, entre ellos los siguientes:

- a) El ritmo de la llamada revolución de las telecomunicaciones (en virtud de la cual la capacidad de transmitir información por las redes de telecomunicaciones aumenta, mientras que el costo de esa transmisión disminuye) no se ha reducido; por el contrario, hechos tales como el rápido crecimiento de Internet han aumentado la capacidad de los pequeños participantes para beneficiarse de los últimos avances de las comunicaciones interactivas multimediáticas.

- b) Todas las partes intervinientes en el comercio internacional (privadas y públicas) se han vuelto cada vez más conscientes de la importancia fundamental que tienen para el comercio y la inversión a escala universal unas telecomunicaciones adecuadas. En muchos aspectos, las telecomunicaciones se han convertido en un "servicio infraestructural" de las corrientes internacionales de bienes, servicios y capital, y en muchos aspectos también la nueva dinámica de las negociaciones comerciales multilaterales (como lo ponen de manifiesto la inclusión de un tema sobre "facilitación del comercio" en el temario de la OMC o la secuencia "Acuerdo sobre tecnología de la información -Acuerdo sobre servicios de telecomunicaciones básicas- negociaciones sobre servicios financieros" constituye una prueba más de este fenómeno.

- c) La naturaleza y las características del progreso tecnológico alcanzado en el campo de las telecomunicaciones son tales que abren nuevas vías de colmar el foso que separa a los ricos en información de los pobres en ella y de incrementar la presencia de los pequeños participantes (tales como países en desarrollo y empresas pequeñas y medianas) en instrumentos prácticos utilizados en el terreno del comercio internacional tal como la Red Mundial de Centros de Comercio (RMCC) de la UNCTAD, que constituye un ejemplo interesante en este contexto.

5. En el presente documento se intenta exponer algunos de los principales elementos de esos hechos y, al mismo tiempo, indicar algunas de las esferas en las cuales los expertos que participan en la reunión podrían sugerir a la UNCTAD propuestas prácticas e ideas para continuar y mejorar su actividad en el doble terreno de la facilitación de la actividad empresarial y la eficiencia comercial y, a la vez, aumentar las posibilidades de los países en desarrollo y las economías en transición de beneficiarse de la nueva Infraestructura Mundial de la Información (IMI). En la sección I se trazan los antecedentes institucionales y sustantivos generales del enfoque que ha dado la UNCTAD a las telecomunicaciones en relación con la facilitación de la actividad empresarial y la eficiencia comercial. En la sección II se presentan los principales rasgos de los últimos adelantos en la esfera de las telecomunicaciones mundiales, entre ellos la nueva IMI y los efectos que puede tener sobre el comercio internacional la disminución de la relación precio-prestaciones. En la sección III se intenta explicar cómo los elementos descritos en las dos primeras secciones están dando nacimiento a nuevos conceptos analíticos y prácticos en la esfera de la política comercial y las negociaciones comerciales, prestándose particular atención al comercio electrónico. Por último, en la sección IV se dan ejemplos prácticos para ilustrar el uso que pueden hacer los pequeños participantes (especialmente los países en desarrollo y las empresas pequeñas y medianas) de los nuevos servicios de telecomunicaciones, con especial referencia a la Red Mundial de Centros de Comercio.

Sección I

LA FACILITACION DE LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL, LA EFICIENCIA COMERCIAL Y LA REVOLUCION DE LAS TELECOMUNICACIONES

1. Recomendaciones del Simposio sobre Eficiencia Comercial relativas a las telecomunicaciones

6. El Simposio Internacional de las Naciones Unidas sobre Eficiencia Comercial, celebrado en Columbus, Ohio, en octubre de 1994, examinó una serie de recomendaciones prácticas en la esfera de las telecomunicaciones (véase el documento TD/SYMP.TE/2, párrs. 61 a 68). Divididas en dos grandes categorías (medidas relativas al acceso a la red de telecomunicaciones, por una parte, y medidas relativas al acceso a los servicios, por otra), estas recomendaciones se discutieron sólo en parte durante el Simposio y su proceso preparatorio 2/. En consecuencia, es claro que las recomendaciones del Simposio en la esfera de las telecomunicaciones siguen constituyendo un vasto campo que la UNCTAD podría investigar y examinar más a fondo.

7. Desde que se celebró el Simposio se han producido una serie de hechos importantes que han influido en las telecomunicaciones y en su utilización en la actividad empresarial y en las transacciones comerciales. Entre esos hechos revisten particular significado los siguientes:

- a) el desarrollo extremadamente rápido de Internet (y en particular de su componente la World Wide Web);
- b) la denominada convergencia de distintos modos de transmitir información (telefonía, teledifusión, multimedios interactivos), lo cual, gracias al proceso de "digitalización", abre posibilidades sin precedentes de intercambiar distintos tipos de información (voz, datos, imagen) utilizando la misma infraestructura y el mismo equipo;
- c) la aparición de nuevas alternativas a las formas tradicionales de abordar el problema de la reglamentación y el de los precios, sobre todo en la esfera de las telecomunicaciones internacionales;
- d) la posibilidad de que nuevas tecnologías e infraestructuras tales como los sistemas mundiales de satélites no geoestacionarios (LEOS) repercutan de forma espectacular en el costo de la telefonía móvil (inalámbrica) en los años próximos.

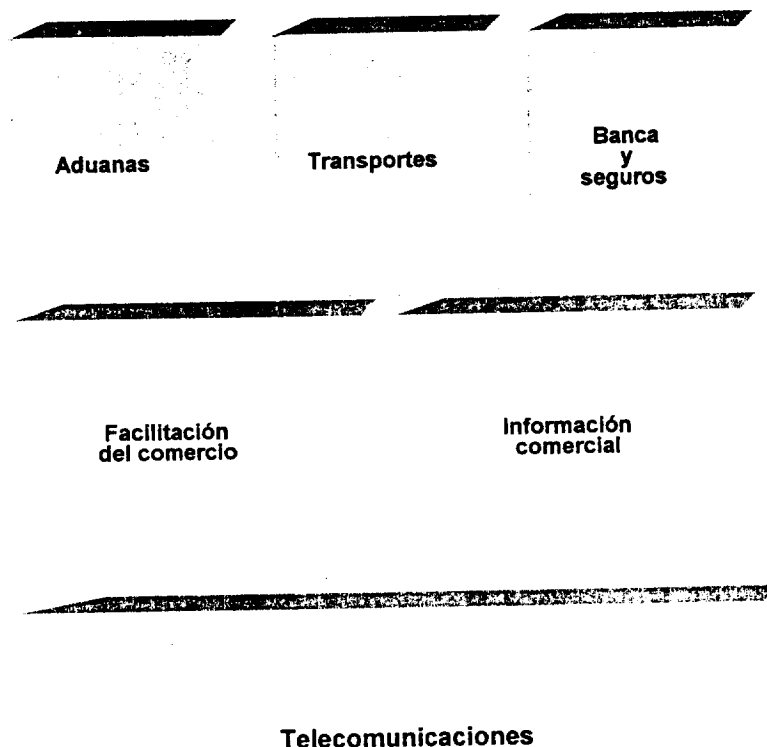
8. Todos estos cambios han tenido profundos efectos en la forma de llevar a cabo las actividades empresariales y las transacciones de comercio exterior, así como en las posibilidades que ahora tienen las empresas (incluidas las pequeñas y las medianas) para competir con eficiencia en los mercados internacionales. Por consiguiente, hay que volver a examinar las recomendaciones del Simposio para enriquecerlas teniendo en cuenta esos hechos nuevos.

2. El impacto de las telecomunicaciones en los otros sectores de la eficiencia comercial

9. En el contexto del Simposio Internacional, las telecomunicaciones han sido uno de los seis sectores de apoyo al comercio que han constituido el eje de las actividades de la UNCTAD en la esfera de la eficiencia comercial. Sin embargo, debe tenerse presente que existe una jerarquía clara, que asigna un lugar central a las telecomunicaciones con respecto a los demás servicios de apoyo al comercio. Esta jerarquía podría describirse como un modelo del tipo "uno-dos-tres", en el cual un sector (las telecomunicaciones) funcionan como infraestructura para los otros dos sectores de la eficiencia comercial, esto es, la información comercial (que no se puede reunir, transmitir o manejar con eficiencia si no existen unas telecomunicaciones adecuadas) y la facilitación del comercio (que se beneficia considerablemente de los avances que se producen en las tecnologías de la información, como lo ponen de manifiesto las ganancias obtenidas por las empresas y los países que han adoptado modos de comerciar sin papeleo). A su vez, los beneficios obtenidos en estos dos sectores "intermedios" favorecerán a los tres restantes, a saber, las aduanas, los transportes y los servicios financieros (banca y seguros). Este modelo del tipo "uno-dos-tres" se puede representar gráficamente de la forma siguiente:

Gráfico 1

El modelo de eficiencia comercial del tipo uno-dos-tres



Recuadro 1

Ejemplo práctico de las repercusiones de las telecomunicaciones en la actividad empresarial y en el comercio: la República Checa

Durante el largo período de régimen comunista las telecomunicaciones en la República Checa padecieron de la continua insuficiencia de las inversiones y de los consiguientes elevados costos de las comunicaciones en términos de dinero y tiempo. Con frecuencia las empresas tuvieron que recurrir a los medios tradicionales de comunicación, tales como el télex. La transición a una economía de mercado trajo un cambio radical en la comprensión de la importancia del sector de las telecomunicaciones para el desarrollo de la actividad empresarial. Como consecuencia de ese cambio de actitud, se hicieron cuantiosas inversiones en infraestructura de las telecomunicaciones, lo que mejoró espectacularmente su calidad. Simultáneamente han ido desarrollándose a un rápido ritmo toda una serie de nuevos servicios de telecomunicaciones, tales como Internet. En 1996 la República Checa ocupó el cuarto lugar en el mundo por la tasa de crecimiento de las conexiones a Internet (145%, en comparación con la media mundial del 70%). La competencia cada vez mayor ejerce presiones sobre las grandes compañías de telecomunicaciones, de modo que los precios de algunos servicios tienden a disminuir.

Los cambios que se van produciendo en la infraestructura, así como en la gama y los precios de los servicios de telecomunicaciones, han facilitado la adopción de prácticas empresariales más avanzadas. Lo más probable es que este proceso tenga tres etapas. En la primera, las líneas digitales aumentan la rapidez de las comunicaciones por teléfono y fax y eliminan la dependencia del correo.

En la segunda etapa, la comunicación de ordenador a ordenador por medio del fax-módem o del correo electrónico empieza a desplazar al fax. Según las últimas investigaciones, la mitad de los 150.000 a 300.000 usuarios actuales de Internet en la República Checa (que tiene una población de 10 millones de habitantes) utilizan Internet para fines empresariales. Esta utilización crea economías de dinero y de tiempo, mejora la calidad de los datos transmitidos y abre la posibilidad de someterlos a otros tratamientos. El Sr. Riha, propietario de la compañía Inxim Sped, lo ha expresado con estas palabras: "Solemos comerciar con países de la antigua URSS. En esos países prácticamente no funcionan las comunicaciones por teléfono o telefax. La única vía de comunicación segura es a través de Internet. Nos comunicamos frecuentemente con nuestra filial en Kiev. Después de haber empezado a utilizar Internet, nuestra factura de telecomunicaciones ha bajado de 150.000 coronas al mes a 20.000 ó 30.000 (30 coronas checas equivalen aproximadamente a 1 dólar). Los documentos recibidos por conducto de Internet no se pueden distinguir de los originales, y además podemos trabajar con los datos que recibimos".

Cada vez hay más empresarios que también están descubriendo la publicidad electrónica. Las empresas pequeñas y medianas quizá se decidan a asociarse para promover sus productos en Internet. Por ejemplo, la Unión Checo-Morava de Cooperativas de Productores, con más de 400 miembros, publicó una página Web en Internet para dar a conocer sus miembros y sus productos, en algunos casos en la forma gráfica de un catálogo electrónico.

La tercera etapa será el paso al intercambio electrónico de datos (IED), siempre que resulte económicamente factible. Skoda, un gran fabricante checo de automóviles, cuya sociedad matriz es Volkswagen, adoptó, para comunicarse con sus proveedores, el sistema ODETTE de intercambio de datos de Volkswagen, que está basado en el sistema EDIFACT. El IED se está implantando también en el sector bancario. Por ejemplo, el banco central del país -el Banco Nacional Checo- utiliza el IED para intercambiar información con otros bancos. El Banco Checo de Comercio, uno de los cuatro grandes bancos del país, ha incorporado el IED a su sistema de comunicación con los clientes.

Sección II

LAS TELECOMUNICACIONES, LA MUNDIALIZACION DEL COMERCIO INTERNACIONAL Y LA FUNCION ESENCIAL DE LAS PEQUEÑAS Y MEDIANAS EMPRESAS ANTE ESTE FENOMENO

10. La aparición de la llamada Infraestructura Mundial de la Información (IMI) ha sido considerada por muchos como un elemento indispensable sin el cual los beneficios de la tercera revolución industrial (la de la información y las tecnologías de la información) no llegarían a una gran parte de la población mundial. A medida que aumenta el comercio de servicios (y sobre todo de los servicios intensivos en información) y que el propio comercio tanto de bienes como de servicios depende cada vez más de las corrientes internacionales de información, las telecomunicaciones desempeñan un papel más y más importante en el proceso de mundialización del comercio internacional. ¿Cómo pueden beneficiarse los países en desarrollo de este proceso? Antes de intentar contestar a esta pregunta, es importante contestar a dos preguntas previas (que con frecuencia se ignoran): a) ¿qué es la IMI? y b) ¿cuál es la naturaleza e importancia exactas de la revolución de las telecomunicaciones, especialmente en los países en desarrollo?

1. ¿Qué es la IMI?

11. Desde 1994, el año en que se celebró en Buenos Aires la Conferencia Mundial de Desarrollo de las Telecomunicaciones, se viene utilizando extensamente la sigla IMI. Acuñada tomando como referencia el concepto de "infraestructura nacional de la información" (INI), nunca ha sido definida con exactitud. Por lo general se entiende por tal una infraestructura de ámbito mundial compuesta de una combinación de equipo informático y de telecomunicaciones de alta velocidad, lo que permite transmitir con rapidez información entre las empresas y los individuos.

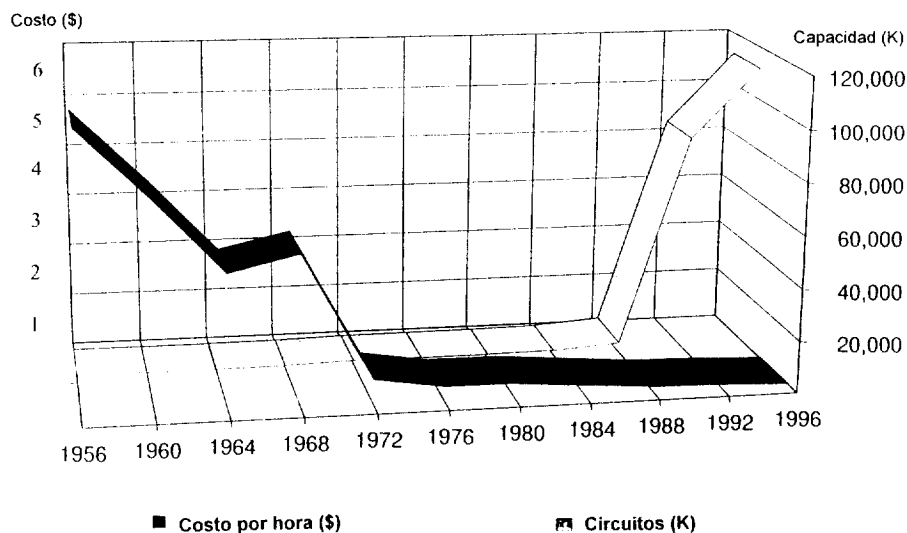
12. Según la industria (fabricantes de ordenadores, transmisores de telecomunicaciones, proveedores de contenidos) o el posible usuario (grandes multinacionales, PYMES, escuelas, hospitales, administraciones públicas) que se detiene a considerarla, la IMI es interpretada a veces de diferentes maneras. Para unos sería un vehículo para transmitir datos, mientras que para otros sería un instrumento para el intercambio de mensajes multimediáticos, y los habría también que la considerarían un "bien común" que sería el soporte de unos servicios universales de telefonía en todo el mundo. Sin embargo, hoy día la mayoría de los analistas están de acuerdo en que la IMI tendrá tres características principales: i) será digital (lo que permitirá la transmisión indiferenciada de todos los mensajes -voz, datos e imágenes); ii) en términos de capacidad superará sobradamente el obstáculo de la escasez, que había sido uno de los mayores obstáculos a la concepción y expansión de las redes hasta ahora, y iii) ofrecerá amplias posibilidades de adaptar sus servicios a las necesidades específicas de los distintos usuarios.

2. Naturaleza y extensión de la "revolución de las telecomunicaciones"

13. De particular importancia para el comercio y el desarrollo es la segunda característica antes mencionada, esto es, que la capacidad actual aumentará espectacularmente. Esto habría que considerarlo como la extensión a escala mundial del fenómeno que se manifestó en la década anterior en las autopistas de la información más populares, tales como los cables transatlánticos (véase el gráfico 2): el costo unitario de transmitir información entre dos puntos cualesquiera del globo debería disminuir hasta el punto de que sea casi insignificante.

Gráfico 2

Costo y capacidad de los cables transatlánticos, 1956-1990



Fuente: UNCTAD, según datos de la UIT.

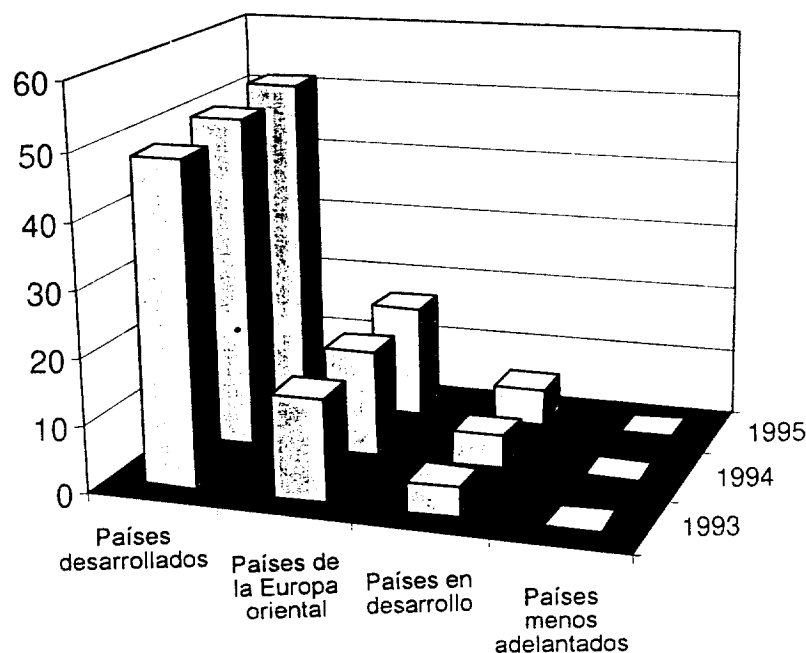
14. Sin embargo, para algunos este fenómeno se ha circunscrito en gran parte a i) las economías de un pequeño número de países avanzados (esto es, los países en los que se consideró una prioridad el concepto de la INI) y ii) las principales líneas de comunicaciones entre esas economías. Actualmente, uno de los principales interrogantes que afrontan las economías en desarrollo es saber cuán mundial será la IMI, o, dicho con otras palabras, ¿podrán beneficiarse los países en desarrollo del "nuevo trato" en el campo de la información?

15. El foso que separa a los países ricos en información de los que no lo son sigue siendo enorme, como lo indica el número de teléfonos por habitante (véase el gráfico 3); en efecto, continúa habiendo menos teléfonos en todo el continente africano que en la ciudad de Tokio y unos 2.000 millones de personas nunca han visto un teléfono. Es claro que las tecnologías actuales

ofrecen medios sin precedentes de colmar ese foso, por la simple razón de que las telecomunicaciones y la informática son más fáciles de aprender y utilizar y menos caras que nunca. Pero, como lo indican los principales indicadores, los países en desarrollo, y sobre todo los PMA, no están en condiciones de beneficiarse de esta nueva ola de posibilidades a menos que puedan reunir los recursos financieros necesarios para asegurarse de que la IMI llegará a sus mercados, en vez de pasar de largo.

Gráfico 3

Número de teléfonos por 1.000 habitantes, 1993-1995



Fuente: UNCTAD, según de datos de la UIT.

16. Por otra parte, este retrato estático hay que completarlo con elementos más dinámicos. A lo largo de la década pasada un número considerable de países en desarrollo han mejorado la infraestructura de sus telecomunicaciones y otros se han fijado esa mejora como un objetivo prioritario para el futuro inmediato. Según proyecciones del Banco Mundial, la mayoría de los países en desarrollo han iniciado efectivamente esfuerzos significativos por formar parte de la nueva IMI. Esto se deduce claramente tanto del crecimiento proyectado de las líneas de telecomunicaciones como de la cifra anual media de inversiones en telecomunicaciones en el período 1970-2005 (gráficos 4a y 4b) 3/.

Gráfico 4a

Líneas nuevas instaladas o proyectadas, 1970-2005

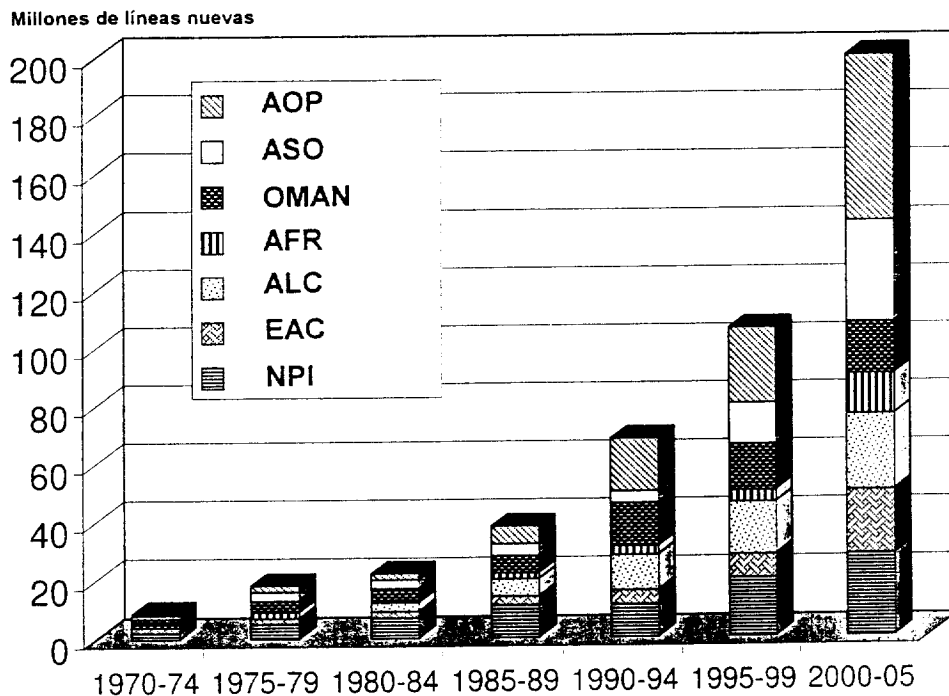
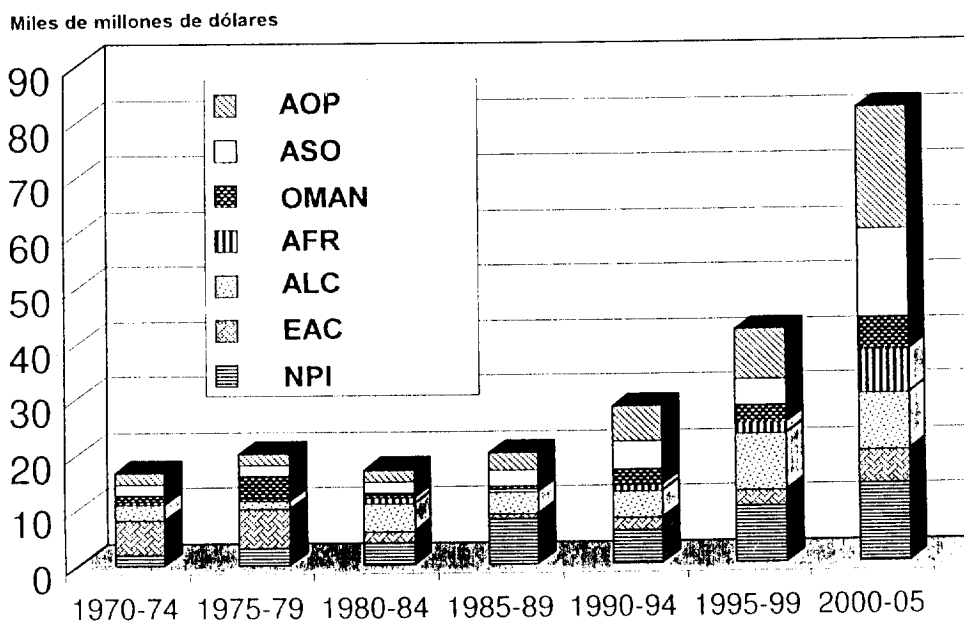


Gráfico 4b

Inversiones realizadas o planeadas en telecomunicaciones, 1970-2005



3. La función esencial de las PYMES

17. Sin embargo, la conciencia del problema y la fijación de prioridades no bastan para que las estrategias se materialicen en oportunidades de desarrollo. Por lo que hace a la mayoría de los países en desarrollo, las inversiones necesarias para conectarse con la IMI exceden con creces la capacidad de ahorro nacional. Por ejemplo, se ha calculado que, para lograr que el nivel medio de la telefonía en Africa alcance el de la Europa meridional, habría que invertir unos 50.000 millones de dólares. La cantidad de dinero que se puede esperar obtener del ahorro nacional o de donantes externos (bilaterales o multilaterales) representaría una proporción relativamente pequeña de aquellos capitales. Esto significa que, para no quedarse al margen de la IMI, los países en desarrollo tendrán que atraer a inversores privados para que inviertan en sus telecomunicaciones. Esto puede ser una hipótesis realista una vez que se haya identificado una masa crítica de usuarios locales y se la haya movilizado para convertir las oportunidades de información en ventajas económicas reales. En vista de las estructuras actuales de la mayoría de las economías en desarrollo, esa masa crítica habrá que buscarla en el sector de la colectividad empresarial nacional orientado a la exportación, esto es, sobre todo en las PYMES orientadas a la actividad exportadora.

Recuadro 2

El ejemplo de GrameenPhone en Bangladesh, como forma alternativa de financiar infraestructuras de telecomunicaciones

GrameenPhone es un servicio GSM ofrecido, a un precio asequible, a particulares y empresas en localidades urbanas de Bangladesh y que cuenta ya con unos 4.000 abonados. Se trata de un consorcio constituido por tres compañías extranjeras de telecomunicaciones más la compañía Grameen Telecom de Bangladesh, una filial del muy conocido Grameen Bank. Los 2 millones de hogares que han recibido créditos de este banco representan otros tantos posibles clientes para el servicio de telefonía móvil ofrecido por GrameenPhone, por el procedimiento de incorporar al plan de microcréditos del banco dicho servicio como una parte singular de los servicios que ofrece ese banco en las localidades rurales. El sistema consiste en arrendar teléfonos y tiempo de transmisión, con un descuento, a los prestatarios del Grameen Bank, quienes a su vez ofrecerán un servicio telefónico a los habitantes rurales que no pueden permitirse pagar el precio actual de los abonos telefónicos. Los ingresos que produzca el servicio telefónico podrán utilizarlos luego para devolver los préstamos que les concedió el banco.

Los socios extranjeros del consorcio decidieron participar porque la compañía Grameen Telecom posee la licencia de acceso a los 300 km de ruta de fibra a lo largo de la línea ferroviaria entre las principales ciudades, Dhaka y Chittagong, a la que puede conectar sus radioestaciones de base. Además, las 1.076 oficinas del banco se pueden utilizar como emplazamiento de estaciones de base y los 13.000 empleados con que cuenta se pueden aprovechar directamente para prestar un servicio de telefonía móvil. Otras bazas sólidas son la reputación de que goza el banco en el

país, que le ha permitido superar barreras comerciales y reguladoras, la tasa envidiablemente baja de morosos entre el conjunto de sus prestatarios, y los procedimientos que ha instituido de cobro de los créditos y de facturación. Mohammed Yunus, el fundador del Grameen Bank, gastará 70 millones de dólares en 1997 y realizará unas inversiones totales de 500 millones de dólares en los próximos cinco a seis años, y ha prometido "la ejecución más rápida de cualquier proyecto celular en todo el planeta y el servicio de telefonía móvil más barato del mundo". GrameenPhone planea alcanzar una cobertura del 98% del país en su quinto año de funcionamiento. Esta empresa de telefonía GSM es única en más de un sentido: la compañía Telenor de Noruega posee la mayoría del capital social, con una participación del 51%, y el Grameen Bank, por ser una institución no gubernamental, está exenta de impuestos y ha sido autorizada a explotar uno de los nuevos sectores más rentables de la economía del país.

Además de GrameenPhone, en Bangladesh operan otras dos nuevas empresas titulares de una licencia de explotación de telefonía GSM que intentan hacer frente a esta situación, pero Bangladesh acogerá con agrado cualquier inversión extranjera que ayude a reforzar las bases existentes, de modo que los nuevos operadores podrían beneficiarse de un acceso seguro a la red.

Fuente: Communications International, junio de 1997.

18. Por consiguiente, la competitividad de las PYMES locales debería ser un objetivo prioritario desde el punto de vista de la implantación de las tecnologías de la información y las telecomunicaciones en los países en desarrollo, sobre todo en aquellos que quizá no poseen un mercado con el tamaño mínimo para atraer inversores extranjeros que quieran contribuir a financiar la infraestructura de telecomunicaciones de esos países 4/.

Sección III

LA NUEVA DINAMICA DEL COMERCIO INTERNACIONAL

19. A lo largo de los diez últimos años, aproximadamente, el comercio de servicios de telecomunicaciones ha sido objeto de una atención cada vez mayor, especialmente en el ámbito del GATT/OMC. Ese comercio tiene un interés inmediato para los países en desarrollo, pues en un creciente número de sectores (la educación y la salud, por ejemplo) las telecomunicaciones constituyen una infraestructura esencial, pero en esos países la mayor parte del equipo y los servicios de telecomunicaciones sigue siendo imposible adquirirlos a fabricantes locales, lo que obliga a importarlos. Por otra parte, el rápido crecimiento del comercio internacional de equipo y servicios de telecomunicaciones (véase el recuadro 3) plantea ciertos problemas a los países en desarrollo, por ejemplo en lo que se refiere a las tasas de distribución aplicadas para liquidar pagos internacionales entre los países 5/.

20. En cambio, se ha prestado mucha menos atención al papel que juegan las telecomunicaciones en el comercio internacional. Esto sorprende tanto más cuanto que, en muchos aspectos, los últimos avances en el campo de las tecnologías de la información y las redes internacionales de información han modificado radicalmente la dinámica del comercio internacional y, a veces, las bases mismas de este comercio. Se debe tener en cuenta esta nueva dinámica si se pretende determinar en qué esferas podrían beneficiarse los países en desarrollo y sus PYMES de la nueva IMI.

1. Las telecomunicaciones y los nuevos paradigmas del comercio

21. En la década de 1980 muchos analistas y muchos responsables de la política comercial se dieron cuenta de que la visión tradicional del "desarrollo económico" (según la cual un país iría desarrollando sus estructuras de producción partiendo de la agricultura y la explotación de las materias primas para luego pasar a la etapa industrial y finalmente a la de los servicios) no se aplicaba al comercio: en efecto, en un creciente número de casos, los servicios se habían convertido en un requisito para poder participar en el comercio internacional. Esto obligó a abandonar el "viejo paradigma" (véanse los gráficos 5a y 5b).

22. Sin embargo, entre los servicios algunos (denominados comúnmente "servicios de apoyo al comercio") desempeñan un papel muy importante como elementos que posibilitan el comercio de otros servicios. En consecuencia, el nuevo paradigma descrito en el gráfico anterior hay que redefinirlo tal como se indica en el siguiente gráfico 5c.

23. Además, entre los servicios de apoyo al comercio existe una jerarquía entre, por una parte, los servicios sectoriales tales como los transportes, la banca, los seguros o los programas informáticos imprescindibles para recoger y transmitir información comercial y, por otra, el "servicio infraestructural" que son las telecomunicaciones. Esto sirve de base para una descripción aún más detallada (en el gráfico 5d) del paradigma de comercio presentado en el gráfico anterior.

Gráfico 5a

El viejo paradigma de producción

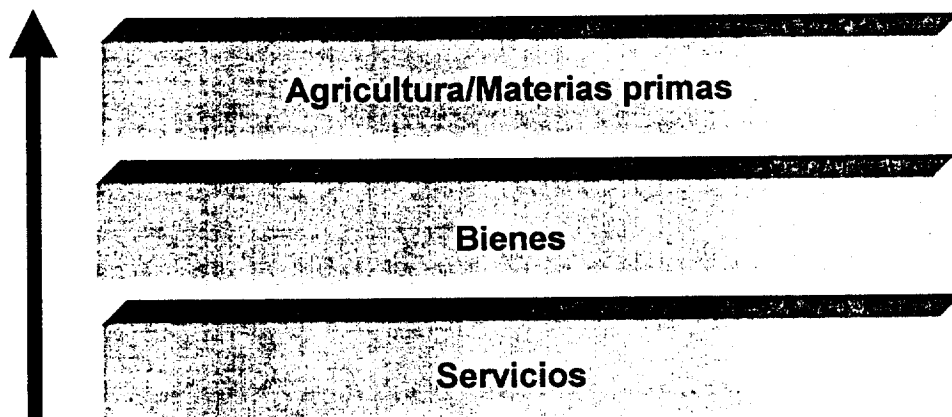


Gráfico 5b

El nuevo paradigma de comercio

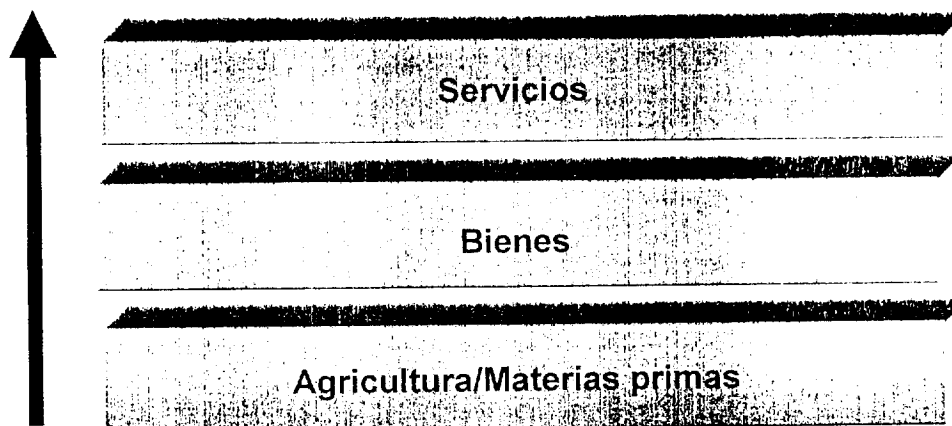


Gráfico 5 c

El nuevo paradigma de comercio (2)

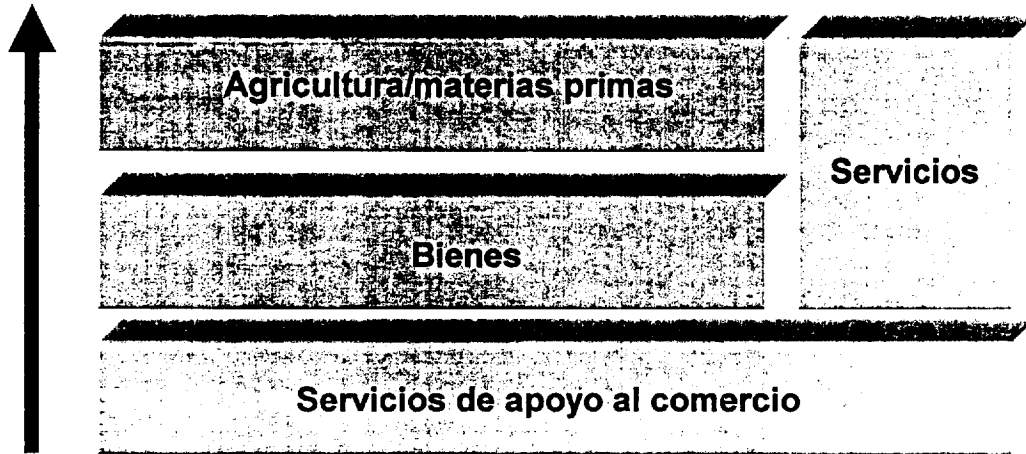
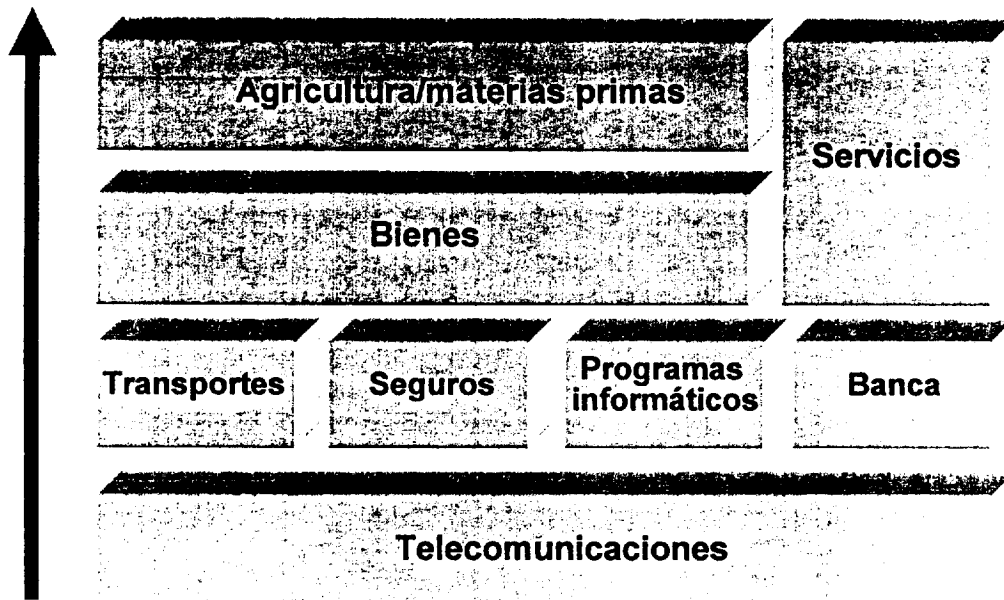


Gráfico 5 d

El nuevo paradigma de comercio (3)



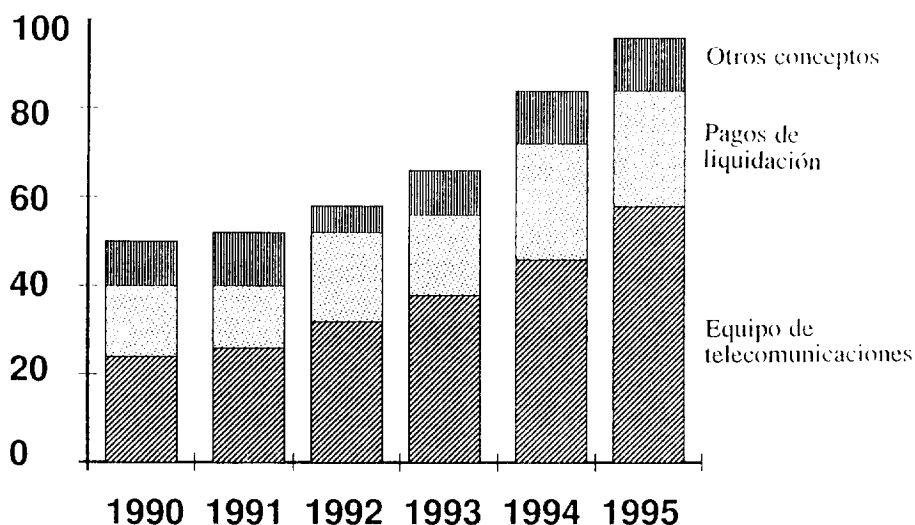
Recuadro 3

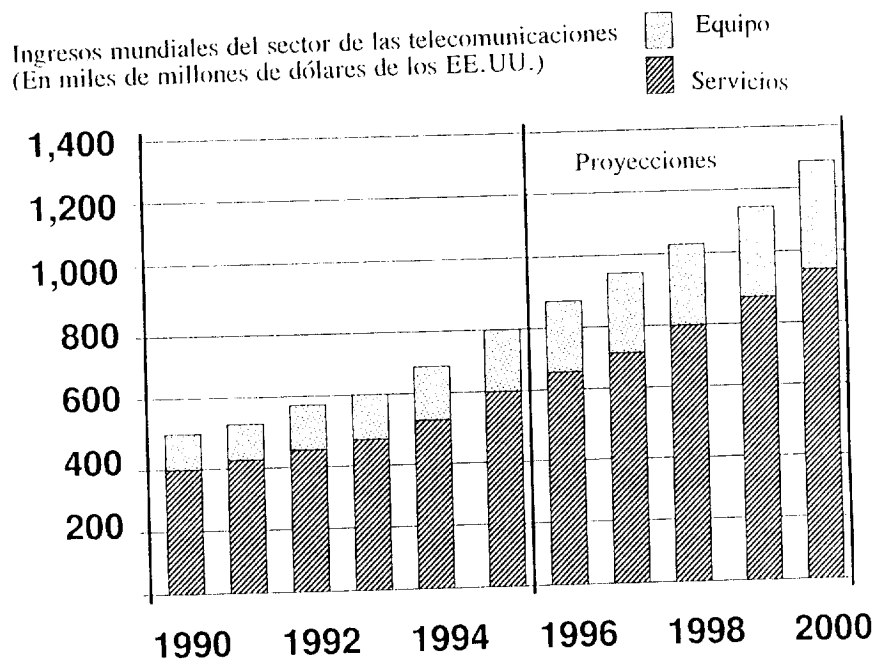
¿Qué es el comercio de telecomunicaciones?

¿Qué es el comercio de telecomunicaciones, qué interés reviste y cuáles son sus beneficios? La tercera edición del Informe sobre el desarrollo mundial de las telecomunicaciones de la UIT da respuestas a estas tres preguntas. El informe llega en un momento oportuno porque coincide con la conclusión de las negociaciones llevadas a cabo en la Organización Mundial del Comercio por el Grupo de Negociación sobre Telecomunicaciones Básicas. El acuerdo alcanzado incorpora las telecomunicaciones básicas al marco del Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS). Esto es importante porque amplía el ámbito material de la AGCS a prácticamente la totalidad del sector de los servicios de telecomunicaciones, que mueve una cifra de negocios de 600.000 millones de dólares. Hasta ahora el comercio de los servicios internacionales de telecomunicaciones se realizaba en virtud de acuerdos bilaterales entre las naciones. El Acuerdo sobre telecomunicaciones de la OMC abre el camino a un sistema multilateral que traería un comercio más libre, la apertura de los mercados y más competencia. El informe de la UIT permite seguir el paso desde el antiguo régimen de telecomunicaciones internacionales a un nuevo régimen de competencia universal. Al reunir datos que nunca antes se habían publicado, ese informe cuantifica el valor del comercio transfronterizo de telecomunicaciones, que se calcula superó los 100.000 millones de dólares en 1996 (véase el gráfico correspondiente en este recuadro).

Evolución del comercio mundial de telecomunicaciones, 1990-1995,
y ventas mundiales de equipo y servicios de
telecomunicaciones, 1990-2000

Comercio mundial de telecomunicaciones
(En miles de millones de dólares de los EE.UU.)





Nota: El gráfico superior indica el valor del comercio mundial de telecomunicaciones. Las exportaciones de "equipo de telecomunicaciones" corresponden a productos de los subgrupos 764.1 y 764.3 y las partidas 764.81 y 764.91 de la CUCI. Los "pagos de liquidación" representan las estimaciones de los pagos efectuados conforme al sistema de tasas de distribución para liquidar las llamadas telefónicas internacionales. El grupo "Otros conceptos" lo componen otros tipos de comercio de telecomunicaciones tales como inversiones extranjeras directas en privatizaciones, empresas mixtas de explotación de servicios móviles, proyectos de construcción, explotación y reversión, concesiones de licencias, préstamos y ayuda, consultorías de telecomunicaciones y desplazamientos de móviles. El gráfico inferior indica el valor total del mercado de telecomunicaciones.

Fuente: UIT, Base de datos de indicadores de las telecomunicaciones mundiales.

2. Consecuencias para los responsables de la política comercial y los negociadores

24. Considerar las telecomunicaciones como un servicio infraestructural que permite prestar servicios de apoyo al comercio, los cuales a su vez hacen posible comerciar con bienes y servicios, tiene consecuencias importantes desde el punto de vista de la política comercial. En particular, pone de manifiesto la importancia de la eficiencia comercial (definida ésta como una estrategia cuyo objeto es generar sinergias entre los servicios de apoyo al comercio) como elemento esencial de cualquier política comercial encaminada a incrementar la competitividad de un país en los mercados internacionales.

También tiene consecuencias importantes en lo que se refiere a la dinámica de las negociaciones comerciales multilaterales, puesto que lleva a concluir que los países que están dispuestos a participar en el tipo de "comercio mundializado" que ya se puede efectuar gracias a las tecnologías de la información darán una gran prioridad a la liberalización del comercio de servicios de telecomunicaciones, así como al comercio de los bienes y servicios que son necesarios para la producción de aquellos otros servicios.

25. Esta es exactamente la secuencia que se pudo apreciar después de la conclusión de la Ronda Uruguay, en el ámbito de la Organización Mundial del Comercio: el Acuerdo sobre tecnología de la información se firmó en diciembre de 1996 y el Acuerdo sobre telecomunicaciones en febrero de 1997 6/, lo que abrió el camino para otras "negociaciones sectoriales", por ejemplo en el sector de los servicios financieros.

3. El eslabón perdido del comercio electrónico

26. Enfocada desde el punto de vista de esta "secuencia dinámica" de las negociaciones, la relación entre las telecomunicaciones, la facilitación de la actividad empresarial y la eficiencia comercial plantea varias cuestiones importantes:

- a) Una de esas cuestiones está relacionada con el concepto de "facilitación del comercio", que fue una de las cuestiones nuevas que se incluyeron en el programa de la reunión ministerial que celebró la OMC en Singapur en diciembre de 1996: si es cierto que algunos servicios cumplen la función de "posibilitadores" o "facilitadores" del comercio, habría que considerarlos también en ese contexto;
- b) Otra cuestión importante que convendría examinar en esta esfera es la de los "modos de prestación", mencionados en el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS), que es parte del bloque de acuerdos de la Ronda Uruguay. El párrafo 2 del artículo 1 del Acuerdo estipula que el comercio de servicios podrá efectuarse según cuatro "modos" diferentes, a saber, el suministro transfronterizo, la presencia comercial (esto es, por medio de una inversión), la circulación de clientes (fuera de su país) y la presencia de personas físicas (en el país importador).

27. Es evidente que en la actualidad cada vez hay más servicios que se pueden suministrar según el primer modo, mientras que hace unos pocos años requerían una presencia comercial o la presencia de personas físicas. Esto se debe en gran parte a la existencia de redes transfronterizas de datos que, citando a Nicola Negroponte, permiten a los países comerciar con "bits" en vez de "átomos" 7/.

28. De la observación anterior se desprende que a partir de ahora a algunas partes les interesaría establecer lo más rápidamente posible un marco multilateral con objeto de poder intercambiar con la mayor facilidad posible por todo el mundo los servicios comercializables según el primer modo de prestación. Vista desde esta perspectiva, la liberalización del comercio electrónico constituye el "eslabón perdido" entre los acuerdos sobre tecnología de la información y sobre telecomunicaciones, por una parte, y la

continuación de las medidas para liberalizar el comercio de otros servicios, por ejemplo los servicios financieros o los servicios profesionales, por otra. Si se decidiera iniciar en el ámbito de la OMC (bien dentro del temario de la Ronda Uruguay, bien dentro de una de las cuatro "cuestiones nuevas" adoptadas en Singapur), sería importante que todas las partes estuvieran lo mejor informadas posible del estado actual del comercio electrónico y su evolución probable en los años venideros. En relación con esto, la experiencia adquirida por muchos miembros de la UNCTAD gracias a su participación en el Programa de Centros de Comercio podría ser de una gran utilidad 8/.

29. En los 12 meses últimos el volumen del comercio electrónico aumentó de forma espectacular en los Estados Unidos, aumento que se ha extendido a muchos sectores de actividad tales como la banca, la industria editorial y la publicidad, así como a la compra por ordenador de equipos y programas informáticos, libros, vehículos automóviles y paquetes de viajes, por ejemplo (véase el recuadro 4). Se prevé que habrá una tendencia similar en varios otros países de la OCDE, sobre todo en aquellos en los que hay una intensa conexión con Internet. Esta fase de rápida internacionalización del comercio electrónico planteará lógicamente una serie de problemas delicados en ámbitos tales como el de los pagos (véase el recuadro 5), la intimidad de las personas, la propiedad intelectual o la reglamentación (incluida la reglamentación de contenidos). Los países que todavía no se percatan de la importancia actual o futura de estas cuestiones desde la perspectiva de su propio comercio y desarrollo podrían encontrarse pronto ante un conjunto de reglas que habrán cristalizado antes de que se pueda oír su voz.

30. En gran parte, el comercio electrónico, especialmente cuando, como ocurre ahora cada vez más, utiliza Internet como infraestructura preferida, se está produciendo en territorios desconocidos en los que existen pocas salvaguardias y escasos instrumentos reguladores internacionales. Esto significa que no existe ningún manual ni tan siquiera un cuerpo completo de jurisprudencia sobre el comercio electrónico. Cuando llegue el momento de negociar un marco internacional para el desarrollo ordenado de ese comercio, los que estarán en mejor posición para utilizarlo ventajosamente serán los que lo hayan utilizado. Es esta una esfera en la cual organizaciones internacionales como la UNCTAD y los órganos que colaboran con ella en el campo de la eficiencia comercial (esto es, el Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC (CCI) y la Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa) pueden seguir cumpliendo un cometido útil en beneficio de sus miembros.

Recuadro 4

El volumen del comercio electrónico y la probable rapidez de su crecimiento

¿Del sentimiento de desilusión en 1996...

Uno puede tardar una hora sólo para encontrar un producto. No tiene nada de extraño que según los analistas las transacciones realizadas por los consumidores a través de Internet alcanzaron en 1996 un valor total

de tan sólo unos 500 a 600 millones de dólares... En los tres años transcurridos desde que empezó a funcionar Internet, el lento crecimiento del comercio electrónico ha sido una de sus mayores desilusiones.

... a un auge en 1997?

Cisco Systems, fabricante de equipo para redes electrónicas, está vendiendo ya productos desde su sitio en la Web a razón de 1.000 millones de dólares al año. General Electric está ahorrando una fortuna sólo por comprar en línea a sus proveedores artículos por valor de 1.000 millones de dólares. Dell Computer vende diariamente en la Web ordenadores por valor de un millón de dólares. "Hemos esperado mucho tiempo a que llegara el comercio electrónico en gran escala, y todo apunta a que 1997 será el año en que el mercado ganará legitimidad", afirma Bill Gurley, analista que trabaja con Deutsche Morgan Grenfell.

El comercio electrónico no será lo que se pensaba

En efecto, prácticamente todos los pronósticos que se hacían tres años atrás acerca del comercio electrónico han resultado equivocados. Para comenzar, no son las compras de los consumidores sino el comercio entre empresas lo que está produciendo dinero verdaderamente. Este hecho no debería haber sorprendido -es un reflejo del mundo real, en el cual las transacciones entre empresas alcanzan un valor alrededor de diez veces superior al de las ventas a los consumidores-, pero fueron muy pocos los que se dieron cuenta de la rapidez con que se convertirían al nuevo fenómeno empresas que a todas luces parecían muy poco ágiles. En segundo lugar, la industria ha definido el comercio electrónico con un criterio demasiado limitado. La mayoría de los analistas incluyen únicamente las transacciones que se llevan a cabo efectivamente a través de Internet, pero muchos consumidores investigan sus compras en línea y luego hacen la compra acudiendo a algún otro canal. Por esto no sorprende que las previsiones de los analistas difieran tan ampliamente. Según Forrester Research, una firma de consultoría de Massachusetts, únicamente el 3% de los sitios que existen en la Web para transacciones entre empresas están destinados a la venta directa, en vez de a la comercialización y el servicio a la clientela. Incluso en lo que se refiere a las empresas de venta a consumidores, solamente el 9% de los sitios ofrecen la posibilidad de realizar transacciones en línea. Una encuesta publicada por CommerceNet/Nielsen en marzo arrojó que, mientras que el 53% de los usuarios de Internet en los Estados Unidos y el Canadá habían recurrido a Internet para decidir si compraban un artículo, tan sólo el 15% efectuaron la transacción final en la Web, y sin embargo lo que se suele tener en cuenta es únicamente este último pequeño porcentaje.

Fuente: "A survey of Electronic Commerce", The Economist, 10 de mayo de 1997.

Sección IV

NUEVAS OPORTUNIDADES PARA EL COMERCIO Y EL DESARROLLO

31. En las tres primeras secciones de este documento se ha intentado exponer cómo y por qué los últimos avances en el campo de las telecomunicaciones han contribuido a dar una nueva forma no sólo al mundo de las transacciones empresariales y comerciales, sino también, lo que es más importante, a las bases de la política comercial y las negociaciones comerciales. Estos elementos bastarían sobradamente para justificar la gran atención que están prestando a las cuestiones relacionadas con las telecomunicaciones todos los países y todas las empresas que participan en el comercio internacional. En esas secciones también se ha señalado que la incipiente Infraestructura Mundial de la Información, en cuyo ámbito se llevan a cabo una proporción cada vez mayor de transacciones empresariales y comerciales, es un terreno que en gran parte todavía está virgen, sobre todo desde el punto de vista de su reglamentación 9/. En esta situación, los que tengan una experiencia práctica más amplia estarán en mejores condiciones de apreciar los respectivos costos y beneficios de las alternativas propuestas. Este es otro motivo por el cual los países en desarrollo, sobre todo, deben dar prioridad a aprovechar esa experiencia directa.

32. Esto se puede hacer cada vez de más maneras. En esta última sección se explorarán dos de ellas que presentan un interés directo para los miembros de la UNCTAD, que son Internet y la Red Mundial de Centros de Comercio (RMCC).

1. El potencial de Internet

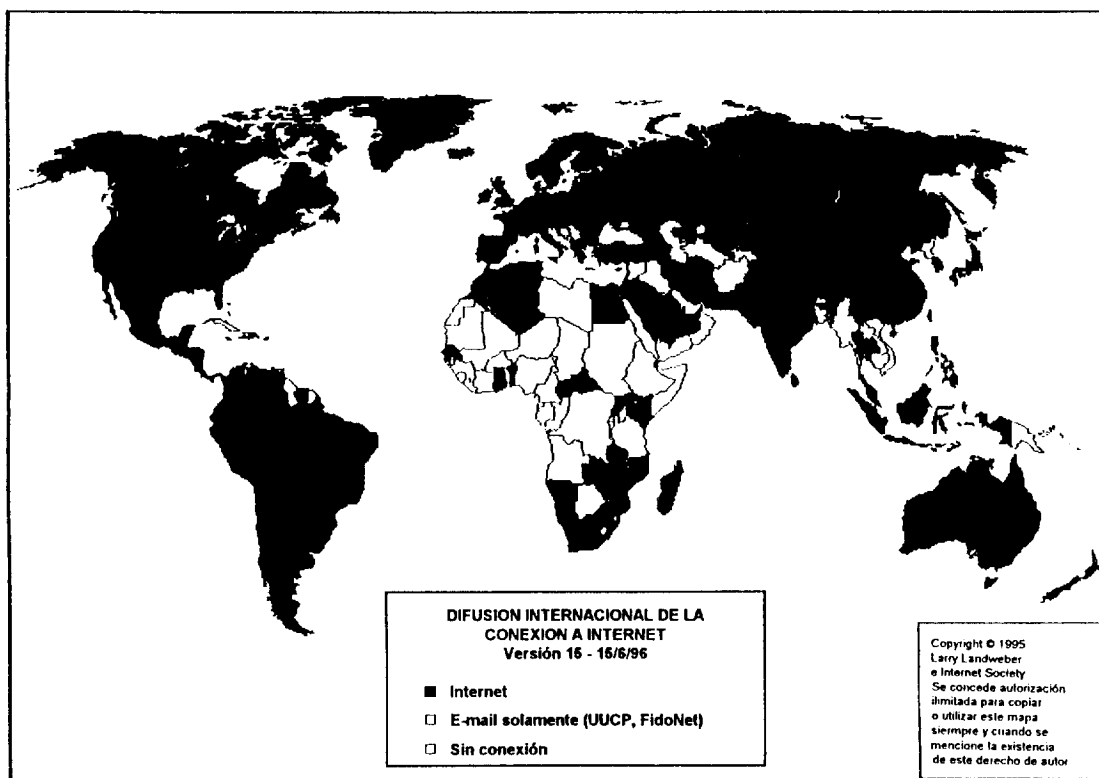
33. Por ser de fácil uso y por su costo notablemente bajo, Internet se está convirtiendo en la vía preferida para participar en la llamada sociedad mundial de la información. Se ha calculado que el número de usuarios de Internet casi se duplica cada año 10/.

34. Según la infraestructura y el equipo que existen en un país, los particulares y las empresas pueden tener acceso al correo electrónico, a archivos de textos (por medio de un protocolo de transferencia de archivo (ftp)) o a documentos multimediáticos (por medio de un protocolo de transporte de hipertexto (http)) en la World Wide Web (WWW). En mayor o menor grado la mayoría de los habitantes del mundo tienen ya algún tipo de acceso a Internet, como se puede apreciar en el mapa reproducido a continuación (véase el gráfico 6).

35. Para los países en desarrollo uno de los principales alicientes y características de Internet (además de ofrecer una relación precio/potencia que no tiene rival) es su naturaleza interactiva: cuando utilizan Internet, los países en desarrollo dejan de estar situados en el lado exclusivamente receptor de la red internacional de información. Pueden suministrar, publicar y difundir su propia información en la forma y con las palabras que consideren más oportunas. Esto presenta particular interés para las PYMES que quieren participar en el comercio internacional, pues ahora disponen de un cauce barato y muy eficiente para llegar a sus posibles clientes en todo el mundo 11/.

Gráfico 6

Difusión de la conexión a Internet en 1996



Fuente: Internet Society)

36. Sin embargo, sigue habiendo serias limitaciones a las posibilidades de utilizar Internet con el fin de facilitar la actividad empresarial e incrementar la eficiencia comercial. Entre esas limitaciones (reales o supuestas), presentan particular importancia para los países en desarrollo y las economías en transición los obstáculos siguientes, a los que habría que dedicar una mayor atención internacional: el costo del acceso (que todavía es demasiado elevado en muchas partes del mundo, a causa de las tarifas de las telecomunicaciones o de los precios aplicados por los proveedores de servicios de Internet (ISP) o de ambos factores), y la seguridad de las transacciones y los pagos (véase el recuadro 5).

Recuadro 5

Algunas cuestiones relacionadas con los pagos electrónicos

1. ¿Existe verdaderamente un problema de seguridad en Internet?

"En un mundo virtual el problema de la confianza se exagera." Steve Herz, director del Departamento de Comercio Electrónico de Visa. Jim Barksdale, el patrón de Netscape, el principal fabricante de programas informáticos para Internet, ha afirmado lo siguiente: "Que yo sepa, no se ha extraviado ni un solo centavo en Internet". Incluso ejecutivos de Visa International, una de las mayores compañías de tarjetas de crédito del mundo, son incapaces de señalar un solo caso debidamente documentado de fraude por robo de números de tarjetas de crédito en Internet. (...) Este peligro no se circunscribe a Internet".

2. Las tarjetas inteligentes y "las transacciones seguras" son la vía hacia el futuro

"En 1995 existían por lo menos siete sistemas competidores de pago, de empresas tales como CyberCash, Wave Systems, First Virtual, DigiCash y Digital Equipment, además de varias universidades. Para 1996 las tres primeras sociedades ya cotizaban en bolsa, con un valor bursátil combinado de 1.400 millones de dólares. Esas tres compañías juntas han realizado en toda su existencia menos de 3 millones de dólares de cifra de negocios, y de ahí que no sea ninguna coincidencia que su valor bursátil total haya disminuido en más de 1.200 millones de dólares desde que empezaron a cotizar en Bolsa. Sus dificultades obedecen a un error fundamental. El negocio del dinero digital se basa en la premisa de que el comercio electrónico traerá consigo un auge de las "microtransacciones"."

"Para que llegue a tomar vuelo, el dinero digital tendrá probablemente que funcionar en combinación con las fichas parecidas de dinero electrónico utilizadas en el mundo real. Compañías como Mondex, filial de MasterCard, y Visa International están fomentando el uso de "tarjetas inteligentes" que tienen almacenada una cierta cantidad de dinero, parecidas a las tarjetas de teléfono europeas y japonesas pero que se podrán utilizar en cualquier parte."

"Visa y MasterCard, los dos mayores clubes de tarjetas de crédito, están colaborando en la puesta a punto de una tecnología bautizada con el nombre de "transacción electrónica segura" (TES), gracias a la cual las tarjetas de crédito serán más seguras al utilizarlas en la red de Internet de lo que lo son en el mundo real. Hoy día los programas informáticos utilizados normalmente para efectuar transacciones de comercio a través de Internet cifran los números de las tarjetas cuando viajan a través de Internet del cliente al comerciante, pero una vez que los detalles llegan al ordenador del comerciante, se los trata de la

misma forma que si hubieran sido entregados en el mostrador del comerciante. La tecnología de la TES impedirá que los comerciantes conozcan los números de las tarjetas porque los mantendrá cifrados hasta llegar al banco. Esto no servirá de nada si el cliente ha utilizado una tarjeta robada, pero sí hará que sea más difícil para comerciantes inescrupulosos robar números de tarjetas."

3. Cuestiones fiscales y monetarias

"Las informaciones, desde programas informáticos hasta noticias, pueden viajar a través de Internet, en la cual todavía no han metido sus narices los inspectores de aduanas. En cambio, por lo que hace al dinero, el salto al mundo virtual parecía más arriesgado, de modo que se preparó toda una nueva gama de monedas utilizables en la red de Internet (dinero digital) con objeto de que pudieran resistir cualquier tipo de ataque imaginable por piratas." También se han discutido problemas de orden más general tales como la creación monetaria incontrolada de una evasión fiscal masiva; por ejemplo, el Chartered Institute of Taxation del Reino Unido ha avisado de que podría producirse un "agujero negro en el ciberespacio" después de que sus investigaciones le llevaran a concluir que el 60% de las compañías de servicios financieros utilizarían Internet para sus operaciones, en comparación con el 13% hoy día.

Fuente: Las citas anteriores están tomadas de "A Survey of Electronic Commerce", The Economist, 10 de mayo de 1997, salvo la última que está tomada del Financial Times de 9 de junio de 1997.

2. El ejemplo de la Red Mundial de Centros de Comercio (RMCC)

37. La RMCC la puso oficialmente en marcha el Secretario General de las Naciones Unidas en el Simposio Internacional de las Naciones Unidas sobre Eficiencia Comercial que tuvo lugar en Columbus, Ohio, en octubre de 1994. Desde entonces, el número de centros de comercio se ha duplicado -actualmente hay 132 en diferentes etapas de desarrollo- y se han hecho grandes progresos en el desarrollo tecnológico de la red.

38. El Centro para el Desarrollo de Centros de Comercio (CDCC), que desde julio de 1995 tiene su sede en el Royal Melbourne Institute of Technology (Australia), se ha encargado de poner a punto varios instrumentos e interfaces innovadores utilizados por la RMCC, entre ellos el sistema de oportunidades comerciales electrónicas (OCE) 12/, el sitio de la RMCC en la World Wide Web de Internet y su correspondiente "incubadora Internet de centros de comercio" (véase más adelante). Recientemente, el CDCC de la UNCTAD ha estado trabajando en conseguir que los centros de comercio pasen a funcionar en la fase previa a las transacciones a hacerlo en la fase de las

transacciones mismas. En la actualidad ya existe un enlace intranet seguro -denominado enlace electrónico autenticado seguro (SEAL)- entre China, Australia y los Estados Unidos 13/.

39. La RMCC comprende actualmente dos servidores de la World Wide Web instalados en Ginebra y Melbourne que están a cargo de la UNCTAD. Para aumentar la facilidad y rapidez de acceso a la red se están instalando en todo el mundo, principalmente en universidades, sitios de archivos espejo de los principales servidores de la RMCC. Hasta la fecha se han establecido 39 de esos sitios en 24 países y territorios 14/. Además, varios centros de comercio, entre ellos los de Columbus, Tampere, Yakarta, Harare, Moscú, Namur, Zaragoza y Los Angeles, ya tienen sus propios servidores.

40. Además de estos servidores, muchos centros de comercio (aproximadamente 40 del total de 132) están conectados con toda la gama de servicios de Internet (WWW, grupos de noticias, roedores, etc.) a través de sus proveedores locales de Internet. Una encuesta realizada en 1996 entre la mayoría de los centros de comercio operacionales demostró que los centros de comercio que utilizan con más intensidad Internet para promover sus servicios o los servicios de sus clientes también facilitan un número mayor de transacciones comerciales al mes y ofrecen un abanico más amplio de servicios de facilitación del comercio que otros centros. Asimismo se comprobó que los centros de comercio que utilizan las nuevas tecnologías de la información con más frecuencia suelen alcanzar su umbral de rentabilidad financiera antes que otros.

41. Sin embargo, el acceso a la gama entera de servicios de Internet no es ni mucho menos universal: otros 35 centros de comercio intercambian información mediante el correo electrónico y el resto, principalmente los situados en países menos adelantados, todavía se comunican por fax. Para los centros de comercio que aún no aprovechan la totalidad de los servicios de Internet, el CDCC de la UNCTAD ha establecido una incubadora Internet que permite a los centros de comercio (especialmente los situados en países en desarrollo) que no tienen acceso a Internet utilizar los servidores del CDCC de la UNCTAD como repertorios de datos. Además ayuda a los centros de comercio tanto de países desarrollados como de países en desarrollo a utilizar las técnicas más avanzadas de diseño gráfico para elaborar sus páginas iniciales y sus catálogos de productos. Por ejemplo, antes de que empezara a operar su propio servidor, el centro de comercio de Harare utilizó la incubadora Internet para cargar no sólo la información del centro de comercio sino también una base entera de datos buscables en el servidor de la RMCC.

42. El tráfico de la RMCC a través de la Web ha crecido exponencialmente desde que se puso en marcha en enero de 1995 el sitio de aquella red en la Web. Los dos principales servidores registraron un total de 2,6 millones de accesos en el mes de enero de 1996 y 32 millones en febrero de 1997. Estas cifras hacen del sitio del CDCC de la UNCTAD en la WWW uno de los sitios de información comercial más activos de toda la red de Internet.

43. Por consiguiente, las decisiones estratégicas tomadas por la UNCTAD para concebir, poner en funcionamiento y enriquecer la Red Mundial de Centros de Comercio reflejan la evolución actual del comercio electrónico desde estos cuatro ángulos:

- a) la RMCC se basa cada vez más en Internet;
- b) está adquiriendo experiencia como red de información previa a las transacciones de comercio con el fin de convertirse en una red de comercio electrónico propiamente dicho en la que se pasa de tener contactos a celebrar contratos;
- c) ha sido concebida como una herramienta de conexión de empresa a empresa, lo que permite a las PYMES de todo el mundo estar en contacto unas con otras con una intermediación mínima; y
- d) el enfoque que aplica a los pagos electrónicos se basa en el sistema de la carta de crédito inteligente, lo que supone establecer alianzas estratégicas con las partes que suelen intervenir en los pagos internacionales (en vez de utilizar el dinero electrónico).

3. Propuestas que se esperan de los expertos participantes

44. Se espera que, al término del debate sobre las cuestiones planteadas en este documento temático, y sobre la base también de la información que reciban durante la reunión (especialmente al asistir a las sesiones pertinentes de la exposición Telecom Interactive de la UIT), los expertos participantes estarán en condiciones de ofrecer puntos de vista y sugerencias acerca de cómo se podría ampliar aún más la labor de la UNCTAD para ayudar a los países en desarrollo y las economías en transición a aprovecharse de los últimos adelantos en el campo de las telecomunicaciones gracias a una mayor competitividad comercial, a una mejor facilitación de la actividad empresarial y a una mayor eficiencia comercial. En este sentido habría que dar más prioridad a encontrar los medios de ofrecer herramientas prácticas a los pequeños participantes en el comercio, sobre todo las empresas pequeñas y medianas, y a los países menos adelantados.

45. Esas opiniones y sugerencias serán de gran utilidad en las esferas en las que podría prestar su colaboración la UNCTAD, en particular el asesoramiento, el apoyo a negociaciones comerciales multilaterales y la asistencia técnica (incluida la asistencia prestada por conducto del Programa Mundial de Centros de Comercio). En particular supondrán una importante aportación a la labor futura de la Comisión de la Empresa, la Facilitación de la Actividad Empresarial y el Desarrollo.

Recuadro 6

Ejemplos prácticos de cómo Internet puede mejorar los métodos de trabajo: presencia en la World Wide Web de algunas misiones permanentes de Ginebra

INFORMACION DE LA UIT



Malta

La UIT proporciona documentación pública (comunicados de prensa, discursos, etc.), bases de datos públicas (por ejemplo, la Guía General de la UIT), y documentos reservados a los miembros de la UIT. La UIT ha introducido más de 30.000 documentos y varias bases de datos en Internet.



Madagascar

- Economía
- Ofertas de servicios
- Sitios en la Web

SERVICIOS A TRAVES DE INTERNET

- Política, historia y cultura
- Geografía y comercio
- Empresas y comercio

La UIT proporciona a las misiones permanentes correo electrónico, acceso a la World Wide Web, carteleras electrónicas, listas de correo y otros servicios tales como roedores, protocolos de transferencia de archivos (FTP), etc.



China

- China ABC
- Noticias del país
- Tribuna sobre temas especiales

FORMACION Y APOYO TECNICO



Francia

La UIT proporciona una cantidad "razonable" de formación y apoyo a los miembros de la comunidad diplomática que necesitan ayuda para poder utilizar el correo electrónico, conectar un ordenador personal, manejar un módem o utilizar un FTP, así como ayuda básica para crear páginas de Web o solucionar problemas de conexión.

- Medios de comunicación de masas
- Contactos con la Administración francesa
- Información práctica
- Comunicados de prensa

Dentro de límites razonables, la UIT puede instalar en una misión un servidor WWW (o roedor), proporcionar el espacio de disco necesario, formar a funcionarios de la misión en la actualización remota de información, o suministrar estadísticas sobre el acceso a la información de la misión.



Estados Unidos

- Legislación de comercio y política comercial de los Estados Unidos
- Publicaciones de la Agencia de Información de los Estados Unidos y fuentes de noticias
- Prensa electrónica

Más de 300 usuarios de 55 misiones permanentes utilizan actualmente los servicios de la UIT a través de Internet. Las misiones permanentes en Suiza que tienen una página inicial en el servidor de la UIT son Alemania, Bulgaria, China, los Estados Unidos, Finlandia, Francia, Indonesia, Italia, Japón, Luxemburgo, Madagascar, Malta, el Pakistán y Yugoslavia. Como ejemplos de la información ofrecida por misiones permanentes establecidas en Suiza se puede citar datos sobre el país (política, empresas y comercio, geografía, historia y cultura, turismo, etc.), listas de misiones permanentes, embajadas y consulados, comunicados de prensa y otros datos de interés.

Notas

1/ "Una asociación para el crecimiento y el desarrollo" (TD/737), 24 de mayo de 1996.

2/ En el Grupo Especial de Trabajo sobre Eficiencia Comercial, y posteriormente en el Comité Preparatorio del Simposio Internacional, las delegaciones prefirieron concentrarse en las medidas que requieren decisiones de los poderes públicos y dejaron para más adelante el examen de las recomendaciones concernientes a las que deben tomar los operadores de telecomunicaciones y los proveedores de servicios.

3/ En los gráficos 4a y 4b se han utilizado los siguientes grupos establecidos por el Banco Mundial para clasificar a las economías en transición y los países en desarrollo: NPI (nuevos países industrializados y países de la antigua Unión Soviética), EAC (Europa oriental y Asia central), ALC (América Latina y el Caribe), AFR (Africa subsahariana), OMAN (Oriente Medio y Africa del norte), ASO (Asia sudoriental) y AOP (Asia oriental y el Pacífico). Fuente: Pyramid Research (1994), "Analysis of Telecommunications Investment and Financing in Less Developed Countries", informe preparado por encargo del Banco Mundial; disponible en <http://www.worldbank.org/html/fpd/harnessing/hid2.html>).

4/ Se han iniciado programas de financiación alternativos, por ejemplo el de la empresa GrameenPhone en Bangladesh (véase el recuadro 2), que entrañan la participación no sólo de PYMES sino de microempresas también.

5/ En lo que respecta al tema de las tasas de distribución y la liquidación de pagos se han empezado a debatir en la UIT propuestas que se supone se empezará pronto a discutir también en la OMC. Véase, por ejemplo, T. Kelly, "Ten propositions for accounting rate reform", ponencia presentada en el Simposio sobre desarrollo de las telecomunicaciones en Asia (Singapur, junio de 1997); disponible en <http://www.itu.int/indicators>.

6/ Es interesante señalar que, sumados, el Acuerdo sobre tecnología de la información y el Acuerdo sobre telecomunicaciones abarcan transacciones comerciales internacionales por un valor de más de un billón de dólares estadounidenses, cifra que equivale aproximadamente al comercio mundial de productos agropecuarios (444.000 millones de dólares en 1995), de automóviles (456.000 millones) y de textiles (153.000 millones).

7/ N. Negroponte (1996), Being Digital, MIT Press, Cambridge.

8/ Ha habido varias iniciativas importantes en torno al concepto de "comercio electrónico mundial" en el ámbito de la OCDE. En los Estados Unidos en particular, el grupo de expertos presidido por Ira Magaziner ha hecho propuestas innovadoras tales como la creación de una "zona libre de impuestos" para el comercio electrónico efectuado a través de la red Internet. Véase "A global framework for electronic commerce", que se puede obtener a través de Internet en <http://www.iitf.nist.gov/electcom>.

9/ No se puede ignorar el trabajo de avanzada hecho por órganos que tienen entre sus funciones la de establecer normas, por ejemplo el realizado por la UIT y por la CEPE (en la esfera del IED en particular), o por otras

instituciones como la OCDE (corrientes transfronterizas de datos) o la CNUDMI, que elaboró en 1996 una Ley modelo sobre comercio electrónico. Sin embargo, como las cuestiones relativas a las telecomunicaciones y las concernientes al comercio siguen convergiendo (por ejemplo en el ámbito del comercio electrónico), tanto los gobiernos como la colectividad empresarial necesitarán unas reglas que tengan una aceptación más universal.

10/ "En todo el mundo unos 23 millones de hogares están ya conectados a Internet, lo que significa que hay unos 55 millones de usuarios. Según algunos cálculos, basados en una definición amplia del usuario de Internet, en el año 2000 el número de usuarios podría aumentar a 550 millones, o sea el 10% de la población mundial." ("A survey of electronic commerce", The Economist, 10 de mayo de 1997).

11/ En el recuadro 6 se dan ejemplos prácticos de cómo las misiones permanentes en Ginebra vienen utilizando los servicios de Internet. Esta capacidad para producir información (en vez de limitarse a recibirla como ocurría con el modelo tradicional de teledifusión) está al alcance incluso de los países y las empresas que aún no están conectados a Internet, como lo prueba, por ejemplo, la "incubadora Web" de la Red Mundial de Centros de Comercio de la UNCTAD (véase más adelante la subsección 2).

12/ Diariamente se difunden varios centenares de oportunidades comerciales electrónicas (OCE). Las OCE son mensajes electrónicos enviados según un formato libre o según el formato compatible del sistema NU/EDIFACT, lo que permite recuperar información con facilidad y gestionar bases de datos con independencia de cuál sea el equipo, el programa informático o el medio de comunicaciones empleado. Tanto Internet como el avance que ha conocido la infraestructura de telecomunicaciones hacen que sea posible difundir la mayoría de las OCE a las PYMES en todo el mundo a un precio muy bajo.

13/ Este enlace se estableció oficialmente en la Conferencia sobre tecnologías de la información y comercio electrónico organizada conjuntamente por el CDCC de la UNCTAD y la CESPAP en Bangkok (Tailandia) los días 21 a 23 de mayo de 1997. Con esto se ha dado un paso más para transformar la RMCC, que hasta el momento es una red de comercio electrónico que se utiliza antes de celebrar una transacción comercial, en una herramienta que permitirá firmar verdaderos contratos y efectuar pagos.

14/ Australia, Bélgica, Brasil, Canadá, Costa Rica, Egipto, Eslovenia, España, Estados Unidos, Federación de Rusia, Finlandia, Hong Kong, Indonesia, Israel, Italia, Japón, Polonia, Portugal, República Checa, República de Corea, Singapur, Sudáfrica, Suiza y Zimbabwe.

BIBLIOGRAFIA

- CNUDMI, Model Law on Electronic Commerce with Guide to Enactment, Naciones Unidas, Nueva York, 1996.
- Comisión de la Infraestructura Mundial de la Información (CIMI), I-Ways. (Digest of the GIIC), Forging a New Construct For Public and Private Sector Cooperation, International Communications Studies Program, The Center for Strategic and International Studies, Washington, D.C., 1995.
- Financial Times, Computer trading may rob Revenue of billions, 9 de junio de 1997.
- IDATE, Global Trade, The revolution beyond the communication revolution, (compilado por Bruno Lanvin), Montpellier, 1992.
- IDATE, Rapport de la Fondation IDATE Trading Telecommunications. Contribution to an European doctrine (under the authority of Mr. Raymond Barre), Montpellier, 1992.
- Internet Society, World Map on International Connectivity, Version 15, 1996 (el mapa reproducido en el gráfico 6); disponible en: <http://www.isoc.org/images/mapv15.gif>.
- Kelly, T., Ten propositions for accounting rate reform, ponencia presentada en el Simposio sobre Desarrollo de las Telecomunicaciones en Asia, Singapur, junio de 1997; disponible en: <http://www.itu.int/indicators>.
- Le Monde, Multimedia, Bagarre de banquiers sur Internet, les établissements financiers de l'Hexagone s'affrontent pour imposer leur norme de paiement sécurisé sur Internet, 25 y 26 de mayo de 1997.
- Magaziner, Ira, A global framework for electronic commerce; disponible a través de Internet en <http://www.iitf.nist.gov/elecocom>.
- Mitchell, William J., City of Bits. space. place. and the infobahn, The MIT Press, Massachusetts Institute of Technology, 1995.
- Negroponte, N., Being Digital, MIT Press, Cambridge, 1996.
- OCDE, A global framework for electronic commerce; disponible a través de Internet en <http://www.iitf.nist.gov/elecocom>.
- OMC, Los resultados de la Ronda Uruguay de negociaciones comerciales multilaterales: los textos jurídicos, Ginebra, 1995.
- Pyramid Research, Analysis of Telecommunications Investment and Financing in Less Developed Countries, informe interno preparado por encargo del Banco Mundial, 1994; disponible a través de Internet en <http://www.worldbank.org/html/fpd/harnessing/reference.html>, y para el gráfico en <http://www.worldbank.org/html/fpd/harnessing/hid2.html#b>.
- Stoll, Clifford, Silicon Snake Oil. Second Thoughts on the Information Highway, Doubleday, Nueva York, abril de 1995.

Tapscott, Don, The Digital Economy. Promise and Peril in the Age of Networked Intelligence, McGraw-Hill, Nueva York, 1996.

The Economist, A survey of electronic commerce, 10 de mayo de 1997.

UIT, Informe sobre el desarrollo mundial de las telecomunicaciones: comercio de las telecomunicaciones e Indicadores de las telecomunicaciones mundiales, 1996/97; se puede pedir a través de Internet en <http://www.itu.int/indicators>.

UNCTAD, División de la Infraestructura de Servicios para el Desarrollo y de la Eficiencia Comercial, Electronic Trading - The Legal Issues, Ginebra, mayo de 1997.
