

Ángel Martín Acebes*
José Manuel Rodríguez Ranero**

LAS NACIONES UNIDAS COMO MERCADO DE EXPORTACIÓN PARA LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS

En este trabajo se pretende presentar el panorama actual de las compras o adquisiciones del Sistema de las Naciones Unidas y explicar las posibilidades que se presentan para las empresas españolas, señalando el interés de este mercado y los obstáculos que deben superar nuestras empresas para conseguir acceder al mismo. Desde hace años se incrementa la actividad de las empresas españolas en el Sistema de las Naciones Unidas (SNU), pero todavía nuestra presencia es menor de la que se corresponde con nuestra contribución al presupuesto de esta organización y con el nivel de nuestras empresas en el mercado internacional. Finalmente se hacen algunas recomendaciones prácticas sobre cómo parece que podría incrementarse nuestra presencia efectiva en este mercado. También se señalan los servicios que ofrecen las Oficinas Comerciales y especialmente la Oficina en Nueva York para las empresas españolas interesadas en este mercado.

Palabras clave: instituciones multilaterales, Sistema de las Naciones Unidas, empresas exportadoras, ICEX.

Clasificación JEL: F30, F33, F34, F36, G15, O19.

1. El Sistema de las Naciones Unidas (SNU)

Panorama general

La organización de las Naciones Unidas fue fundada en 1945 con el objetivo fundamental de mantener la paz entre sus miembros¹. En la actualidad las Naciones Uni-

das comprenden 193 países y sus principales órganos de gobierno y gestión son seis:

— Asamblea General, donde están representados los 193 países que han ratificado la Carta.

— Consejo de Seguridad, compuesto por cinco miembros permanentes y diez miembros no permanentes.

— Consejo Económico y Social, responsable de coordinar y administrar el trabajo de 14 agencias especializadas.

— Consejo de Administración Fiduciaria, se estableció para supervisar la administración de los territorios en fideicomiso, y está inactivo desde 1994.

* Consejero Económico y Comercial Jefe, Nueva York.

** Consejero Económico y Comercial, Nueva York.

¹ Para una aproximación a la estructura de administrativa de Naciones Unidas visite: http://www.un.org/en/aboutun/structure/pdfs/un_system_chart_colour_sm.pdf

— Tribunal Internacional de Justicia, el único de los órganos constituyentes cuya sede está fuera de Nueva York, concretamente en La Haya.

— Secretariado, encargado de las funciones diarias de representación y gestión de las Naciones Unidas y cuyo máximo representante es el Secretario General. Este puesto lo ocupa desde 2007 el surcoreano Ban Ki-moon.

Además, dentro de esta estructura existen numerosos programas, fondos y organismos especializados que se ocupan de diversas áreas: defensa de los derechos humanos, desarrollo sostenible, medioambiente, promoción de la mujer, comercio justo, etcétera.

Adquisiciones y compras

Desde el punto de vista comercial, que es el que nos interesa aquí, es preciso destacar que estas agencias llevan a cabo una importante actuación en adquisiciones de bienes y servicios, lo que se traduce en oportunidades de negocio para empresas españolas de muy diversos sectores.

En 2010 estas compras estuvieron en torno a los 14.500 millones de dólares, aproximadamente 50 por 100 bienes y 50 por 100 servicios. No obstante, el volumen total varía año a año dependiendo de las necesidades de Naciones Unidas y de las aportaciones de los Estados miembros, que muchas de ellas son contribuciones voluntarias. Uno de los componentes principales de las adquisiciones se deriva de las misiones de mantenimiento de la paz en todo el mundo, cuya cuantía varía mucho de año en año.

Es muy importante destacar que existen aproximadamente 40 departamentos dentro de Naciones Unidas dedicados a compras y adquisiciones. Cada uno de ellos trabaja para una agencia u organismo en particular e incluso, algunas de ellas, están delimitadas a un espacio geográfico. No obstante, en principio, todas ellas actúan bajo unos principios generales:

— Las compras y adquisiciones se adaptarán a las necesidades de la Organización de Naciones Unidas.

Es decir, Naciones Unidas adquiere conforme a sus necesidades de operación y nunca anticipándose a ellas, a no ser en casos excepcionales.

— Imparcialidad, integridad y transparencia: la metodología de los concursos está diseñada para que la decisión no sea influida por ningún otro factor fuera de la propia oferta, y cualquier aclaración durante un concurso se hará llegar a todos los interesados.

— Competencia internacional efectiva: no existe ningún tipo de discriminación por origen.

— Mejor valor por dinero (*most value for money*): ganará aquella oferta más económica contemplando todo el ciclo de vida del producto o servicio que cumpla con las especificaciones del concurso

Como veremos posteriormente, existen algunas excepciones a estos principios para algunas agencias, pero, generalmente, una empresa con intereses en este mercado debe tenerlos en cuenta a la hora de tratar con Naciones Unidas y, desde un primer momento, reconocer aquellos puntos que difieren del método de trabajo habitual en el sector privado.

Existe, además, la obligación para todos los organismos, agencias y fondos de Naciones Unidas de publicar los concursos cuando estos superen el valor de 40.000 dólares y, como parte del intento de Naciones Unidas de incrementar la competencia, todos ellos se publican en el portal de United Nations Global Marketplace².

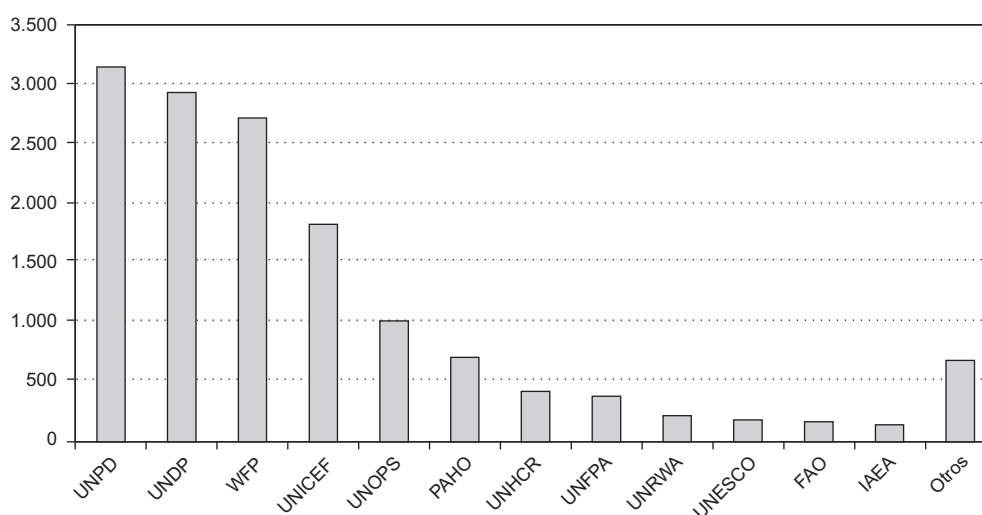
Se trata de una base de datos de proveedores de registro gratuito que utilizan la práctica totalidad de las agencias. Es imprescindible estar inscrito para participar en los concursos. Más adelante se describirá cómo llevar a cabo el registro y las posibles dificultades que las empresas pueden encontrar en este proceso.

Principales agencias

Como se ha indicado anteriormente, el sistema de Naciones Unidas está conformado por multitud de agen-

² United Nations Global Marketplace: <http://www.ungm.org/>

GRÁFICO 1

ADQUISICIONES DE NACIONES UNIDAS EN 2010.
PRINCIPALES AGENCIAS Y ORGANISMOS

Total: 14.544 millones de dólares

FUENTE: Annual Statistic Report.

cias, fondos y programas. En el Gráfico 1 se muestran aquellas que más adquieren:

Para una mejor aproximación a cada una de estas agencias, a continuación se presentan algunas de ellas, su misión, los principales productos y los servicios que solicitan.

a) *División de Adquisiciones de las Naciones Unidas*³
(UNPD - United Nations Procurement Division)

Se encarga de las compras y adquisiciones del Secretariado y la Sede Central de Naciones Unidas en Nueva York, las Misiones de Mantenimiento de Paz

(DPKO) —dentro de este último también el Departamento de Apoyo sobre el Terreno (DFS)— las Misiones Políticas, y, en menor medida, de las Oficinas fuera de la Sede Central (OAFHQ): Ginebra, Viena y Nairobi. Es la división responsable de aproximadamente una quinta parte de las adquisiciones totales del sistema y se caracteriza por estar profundamente normalizada.

Los bienes que más adquiere son raciones alimenticias para personal militar, productos farmacéuticos, vehículos, ordenadores y *software*, equipos IT, equipamiento de laboratorio, químicos y materiales de construcción. Por otro lado, los servicios más comunes que se encuentran entre sus concursos son transporte aéreo, servicios de seguridad, ingeniería, construcción, transporte de mercancías, imprenta, *leasing* de equipos en general, consultoría y telecomunicaciones.

³ Algunos enlaces de interés para el UNPD:
Concursos: <http://www.un.org/depts/ptd/eoi.htm>.
Contactos: http://www.un.org/depts/ptd/contact_pd.htm.
Plan de adquisiciones futuras: <http://www.un.org/depts/ptd/acquisition.htm>.

b) *Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (UNDP - United Nations Development Program)*

Es el organismo mundial de las Naciones Unidas en materia de desarrollo. Está presente en 176 países y territorios, trabajando con los Gobiernos y las personas para ayudarles a encontrar sus propias soluciones a los retos mundiales y nacionales del desarrollo en torno a las áreas de gobernabilidad democrática, reducción de la pobreza, prevención y recuperación de las crisis, igualdad de género, energía y medio ambiente y lucha contra el VIH/sida.

Al margen de las compras de la Secretaría (UNDP), en 2010, este programa se convirtió en el programa que más adquirió, casi un 20 por 100, superando los 2.900 millones de dólares, de los cuales un 78 por 100 corresponden a servicios y el 22 por 100 restante a bienes.

Los bienes más demandados son equipamiento eléctrico, telecomunicaciones, agrícola y de laboratorio, vehículos a motor, suministros médicos, generadores eléctricos, sistemas de tratamiento de aguas, material de construcción y suministros para la celebración de elecciones.

Entre los principales servicios destacan los de tipo informático, de transporte y logísticos, bancarios, medioambientales, de concienciación social y de gestión administrativa.

La gran peculiaridad de las licitaciones del UNDP es su profunda descentralización⁴. La responsabilidad y la propiedad se trasfiere a cada una de las oficinas regionales y locales. Para las empresas con intereses en países determinados cada una de estas oficinas puede suponer una fuente de oportunidades de negocio. De ahí, la importancia de un socio comercial en los proyectos de UNDP.

Las mayores oficinas UNDP están en Afganistán, Panamá, Estados Unidos, Argentina, Iraq, Dinamarca, Indo-

nesia, República Democrática del Congo, Perú, Brasil, Colombia, Egipto, Zimbabue, Haití, Bangladesh y Honduras (ver referencias bibliográficas).

De nuevo, conviene destacar la importancia, en la mayoría de los casos pero especialmente a la hora de trabajar para el UNDP, de contar con un socio local. Las oportunidades de la empresa incrementarán notablemente con él.

c) *Programa Mundial de los Alimentos (WFP - World Food Program)*

Es la organización de Naciones Unidas que se dedica a la ayuda en forma de alimentos. Su sede central está en Roma aunque tiene otras oficinas en más de 80 países alrededor del mundo. Alimenta cada año a más de 90.000.000 de personas de las que más del 60 por 100 son niños.

Se fundó en 1961 después de la Conferencia de *Food and Agriculture Organization* (FAO) un año antes. Su actividad principal se centra en tres objetivos principales:

- i) Salvar las vidas de los refugiados y desplazados y de las personas que sufren situaciones de emergencia.
- ii) Mejorar la nutrición y la calidad de vida de aquellos más vulnerable en momentos críticos de sus vidas.
- iii) Ayudar al desarrollo y promover la autosuficiencia de los más desfavorecidos y comunidades, especialmente a través de programas de empleo.

En 2010, el WFP adquirió 2,4 millones de toneladas de comida por un valor de 1.230 millones de dólares⁵.

d) *Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF - United Nations Children's Fund)*

Fue fundada por la Asamblea General el 11 de diciembre de 1946 para suministrar alimentos y cuidados

⁴ En el siguiente *link* se puede encontrar una base de datos sobre los concursos del UNDP a nivel global: <http://procurement-notice.undp.org/>

⁵ En los siguientes *links* se puede encontrar información relevante sobre las adquisiciones del WFP: WFP 2010 Procurement Interactive Map: http://one.wfp.org/operations/Procurement/food_pro_map_10/fpm_popup/fpm_popup.html. WFP 2011 Food Procurement Annual Report: <http://documents.wfp.org/stellent/groups/public/documents/communications/wfp244715.pdf>

médicos de emergencia en aquellos países devastados por la Segunda Guerra Mundial. No obstante, en 1953 pasó a ser miembro permanente del Sistema de Naciones Unidas. Su sede central está en la ciudad de Nueva York. Actualmente, UNICEF proporciona ayuda humanitaria y para el desarrollo a niños y madres en países poco desarrollados.

Aunque la gestión y dirección del fondo está en Nueva York, en Copenhague está localizado el centro logístico y de distribución de sus operaciones. Así, en esta ciudad se encuentra el *UNICEF World Warehouse*, donde se almacenan parte de los bienes que la organización necesita para llevar a cabo sus misiones humanitarias. Algunos de los bienes que se utilizan con mayor frecuencia son barritas contra la malnutrición, pastillas para depurar el agua, suplementos vitamínicos, materiales para la educación infantil, etcétera.

En 2010 UNICEF adquirió bienes y servicios por un valor cercano a los 2.000 millones de dólares. Entre ellos vacunas, medicinas, servicios de transporte de mercancías, equipamiento médico, complementos vitamínicos, barritas energéticas, mosquiteras, tabletas de purificación de agua, material escolar, etcétera⁶.

e) *Oficina de las Naciones Unidas de Servicios para Proyectos (UNOPS - United Nations Office for Project Services)*

Se encarga de implementar proyectos del Sistema de Naciones Unidas, instituciones financieras internacionales, Gobiernos y otros socios en el área de la ayuda y cooperación internacional. Su sede central está en Copenhague y, además, tiene cinco oficinas regionales y más de 20 oficinas en determinados países. Esta agencia se estableció en 1974 como parte del Programa de

Naciones Unidas para el Desarrollo y se convirtió en independiente y autofinanciada en 1995.

Los principales servicios que ofrece UNOPS al sistema de Naciones Unidas son *Project Management*, compras y adquisiciones, recursos humanos y servicios financieros. Por otro lado, las principales áreas de actuación de la agencia son infraestructuras, reformas en justicia y seguridad, censo y elecciones, medioambiente y salud⁷.

f) *Organización Panamericana de la Salud (PAHO - Pan American Health Organization)*

Es una agencia pública internacional de la salud. Tiene muchos años de experiencia mejorando la salud y la calidad de vida de los pueblos de las Américas. Además, aunque es un organismo independiente, colabora como oficina regional con la Organización Mundial de la Salud (OMS), su sede central está en Washington DC, tiene 27 oficinas y 9 centros de investigación en Latinoamérica y el Caribe.

La PAHO tiene 35 Estados miembros en las Américas. Francia, Países Bajos y Reino Unido son países colaboradores, y Portugal y España están en condición de observadores.

La misión esencial de la organización es reforzar los sistemas de salud nacional y local, así como mejorar la salud de los pueblos de América. Colabora con los Ministerios de Salud, Gobiernos, ONG, Universidades, etcétera.

Dentro de las compras y adquisiciones de la organización, algunos de los productos y servicios más demandados son: instrumentos y equipos medioambientales, suministros y equipos para hospitales, medicinas, vacunas, productos farmacéuticos, kits para pruebas, productos químicos, suministros para la salud bucal y dental, equipamiento de laboratorios, pesticidas, control de vectores, equipamientos para la cadena de frío, sumi-

⁶ En estos *links* se puede encontrar más información sobre los suministros y proveedores de UNICEF: adquisiciones y compras de UNICEF: http://www.unicef.org/supply/index_procurement_services.html. UNICEF Supply Annual Report: http://www.unicef.org/supply/files/UNICEF_Supply_Annual_Report_2010_web.pdf

⁷ Más información sobre las oportunidades de negocio y a los contratos de la UNOPS: <http://www.unops.org/english/whatweneed/pages/default.aspx>

nistros y equipos audiovisuales, *software*, material de oficina, vehículos, etcétera⁸.

g) *La Agencia de la ONU para los Refugiados (UNHCR - United Nations High Commission for Refugees)*

La misión de esta agencia es proteger y prestar ayuda a los refugiados cuando un Gobierno o las Naciones Unidas lo requiera, así como asistir a los mismos en su repatriación voluntaria, su integración local o su repoblación en un tercer país. Su sede central está en Ginebra, Suiza.

Los principales productos y servicios que esta agencia adquiere son: tiendas y equipamientos para campamentos, vehículos, sábanas, suministros y quipos de telecomunicaciones, sets de cocina, colchones, vehículos especiales y generadores⁹.

h) *El Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA - United Nations Population Fund)*

Se fundó en 1969 bajo el nombre de Fondo de las Naciones Unidas para actividades en materia de población bajo la administración del Fondo de Naciones Unidas para el Desarrollo y en 1971 se trasladó bajo la autoridad de la Asamblea General. Su trabajo incluye la promoción de los derechos de la mujer, el hombre y el niño a una vida de salud con las mismas oportunidades. El fondo lleva a cabo numerosas encuestas de todo tipo y censos de población para detectar las posibles ineficiencias y diseñar los programas a implementar. Uno de los principales objetivos del fondo es asegurar que todo embarazo es deseado, todo nacimiento es seguro, todo joven está libre de SIDA y otras enfermedades de trans-

misión sexual, y toda niña y mujer son tratadas con dignidad y respeto.

UNFPA tiene programas en más de 150 países a lo largo de las cuatro áreas geográficas: Países Árabes, Europa, Asia y Pacífico, Latinoamérica y Caribe, y África subsahariana.

Los productos y servicios que UNFPA más adquiere son: contraceptivos, farmacéuticos, aspiradoras, kits de emergencia de salud reproductiva, vehículos, ambulancias, equipos de telecomunicaciones, servicios de traducción, etcétera¹⁰.

i) *Agencia de Naciones Unidas para los Refugiados de Palestina (UNRWA - United Nations Relief and Works Agency for Palestine Refugees)*

Se estableció en 1948 por la Asamblea General de Naciones Unidas durante la Guerra árabe-israelí. Es una agencia de desarrollo que proporciona educación, servicios de salud, servicios sociales y ayuda de emergencia a 5.000.000 de refugiados palestinos que viven en Jordania, Líbano y Siria así como en Cisjordania y en la Franja de Gaza. Es la única agencia dedicada al apoyo a refugiados de una región específica.

En ella trabajan 25.000 personas, de las cuales prácticamente la totalidad son palestinos. Su sede central está en Amman, Jordania, y sus operaciones se desarrollan en cinco regiones: Jordania, Líbano, Siria, Cisjordania y la Franja de Gaza.

Los bienes y servicios que UNRWA adquiere de forma regular son: libros de texto, servicios de mantenimiento, fármacos y medicinas, servicios profesionales y de consultoría, equipamiento médico y de laboratorio, servicios de transporte y mercancías básicas como harina, arroz, azúcar, leche en polvo y carne en lata¹¹.

⁸ Para más información sobre las adquisiciones de la PAHO: http://new.paho.org/hq/index.php?option=com_content&task=view&id=186&Itemid=277&lang=en

⁹ En el siguiente *link* se puede encontrar una guía más detallada de las adquisiciones de UNHCR: <http://www.unhcr.org/3b9203194.html>. En este *link* se puede acceder a las oportunidades de negocio actuales de la agencia: Invitations to Bids (ITBs): <http://www.unhcr.org/pages/49c3646c4ac.html>. Requests for Proposals (RFPs): <http://www.unhcr.org/pages/49c3646c4af.html>. Contract Awards: <http://www.unhcr.org/pages/49f6d3ba6.html>

¹⁰ En el siguiente *link* se puede ver los principales contratistas de la UNFPA: <http://www.unfpa.org/public/home/procurement/pid/3230>. Por otro lado, en este enlace se puede acceder a los concursos actuales que la agencia pública: <http://www.unfpa.org/public/home/procurement/pid/8619>

¹¹ En el siguiente *link* se puede encontrar más información sobre el *Procurement* de UNRWA: <http://www.unrwa.org/etemplate.php?id=45>. Y las

j) *Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura*
(UNESCO - *United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization*)

Aunque luego pasó a formar parte de Naciones Unidas, el origen de la UNESCO se remonta a los tiempos de la Liga de las Naciones, posteriores a la Primera Guerra Mundial. Concretamente, se fundó en 1921. Actualmente, es una agencia especializada del Sistema de Naciones Unidas y su objetivo es contribuir a la paz y seguridad, a través de la colaboración internacional en las áreas de educación, ciencia, cultura y la promoción del respeto universal de la justicia, el Estado de derecho, los derechos humanos y las libertades proclamadas por la Carta de las Naciones Unidas.

La UNESCO tiene 196 Estados miembros, Palestina fue añadida en noviembre de 2011, su sede central está en París y cuenta con multitud de oficinas clúster, oficinas locales, regionales y de enlace. La organización trabaja con más de 300 Organizaciones No Gubernamentales para implementar sus programas y operaciones.

La UNESCO adquiere bienes y servicios por un valor aproximado de 250.000.000 de dólares al año. Se estima que el 70 por 100 del total de las adquisiciones está relacionado con servicios profesionales como: consultorías, conferencias, seminarios, mantenimiento de edificios, contratos de investigación, educación, etcétera¹².

k) *Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura*
(FAO - *Food and Agriculture Organization*)

La FAO es una agencia especializada de Naciones Unidas que dirige sus esfuerzos contra el hambre en el mundo. Su cometido es tratar de ayudar tanto a países

en vías de desarrollo como a los desarrollados. La organización actúa como un foro neutral donde las naciones se reúnen para discutir y negociar tratados, y debatir sobre las políticas más adecuadas para acabar con el hambre en el mundo. Además, la FAO es una fuente de información y ayuda a los países en vías de desarrollo para modernizar y mejorar su agricultura, gestión de los bosques, pesca, etcétera, asegurando el suministro de alimentos para todos.

Los orígenes de esta organización internacional se remontan a 1905 en la Conferencia Internacional sobre el Hambre y la Agricultura celebrada en Roma, donde se fundó el Instituto Internacional de la Agricultura. Sin embargo, en 1945 bajo el auspicio de las Naciones Unidas se fundó la FAO que en 1951 trasladó su sede a Roma. Además de su sede central en Italia, la organización cuenta con multitud de oficinas regionales y subregionales repartidas por todo el mundo.

Sus actividades fundamentales se centran en la agricultura y los recursos hídricos, el desarrollo económico y social, pesca y acuicultura, gestión forestal, recursos naturales y cooperación.

Los principales bienes y servicios adquiridos por esta agencia especializada son: fertilizantes y pesticidas, semillas, maquinaria especial para la agricultura, equipos de irrigación, equipamiento para el transporte, equipos informáticos y de oficinas, instrumentos de precisión y laboratorios, fécula de almidón y otros productos del grano, productos químicos, animales vivos, servicios de mantenimiento, servicios TIC, transporte, comunicaciones, arquitectura e ingeniería, *training*, etcétera¹³.

l) *Agencia Internacional de la Energía Atómica*
(IAEA - *International Atomic Energy Agency*)

La IAEA es una organización internacional que promueve el uso pacífico de la energía nuclear y trata de im-

licitaciones que se están llevando a cabo: <http://www.unrwa.org/etemplate.php?id=268>

¹² Para más información sobre la UNESCO: <http://www.unesco.org/new/en/unesco/procurement/>

¹³ Más información y contactos sobre el sistema de *Procurement* de la FAO en: <http://www.fao.org/unfao/procurement/general-information/en/>

pedir su uso para fines militares. La organización se estableció como independiente y autosuficiente en 1957. No obstante, a través de sus estatutos, la IAEA informa a la Asamblea General y el Consejo de Seguridad.

Tiene su sede central en Viena, otras dos oficinas regionales en Toronto y en Tokio y dos oficinas de enlace en Nueva York y en Ginebra. Además cuenta con tres laboratorios de investigación, dos en Austria y uno en Mónaco. Su misión es actuar como un foro internacional para la cooperación científica y técnica en el uso pacífico de la tecnología nuclear.

Los bienes y servicios que más adquiere la IAEA son: ingeniería y consultoría, equipamiento médico y de laboratorio, *software* y equipamiento TIC, motores eléctricos y generadores, servicios de mantenimiento de edificios, *catering* y hospedaje, etcétera¹⁴.

m) *Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (UNIDO - United Nations Industrial Development Organization)*

UNIDO es una agencia especializada de Naciones Unidas con sede central en Viena, cuyo principal objetivo es la promoción y aceleración del desarrollo industrial en los países en vías de desarrollo y de aquellos con economías de transición.

La organización trabaja para mejorar la calidad de vida de los más pobres a través de proyectos en tres áreas específicas:

- Reducción de la pobreza a través de actividades productivas.
- Capacitación del comercio.
- Energía y medioambiente.

Los principales bienes y servicios que la agencia adquiere son servicios relacionados con la protección medioambiental, equipamiento para la medición y protección de la capa de ozono, servicios de gestión, servicios de ingeniería y construcción, instrumentos de equipos de me-

dición y monitoreo, equipos de laboratorio, vehículos y sus componentes, etcétera¹⁵.

2. Registro de Proveedores United Nations Global Marketplace

La Secretaría de las Naciones Unidas utiliza un procedimiento de licitación para sus adquisiciones al que solo se puede acceder si la empresa está registrada en *United Nations Global Marketplace*. Este registro permite agilizar el procedimiento, y asegura su transparencia reduciendo al mínimo las posibilidades de errores o desviaciones en el proceso. No obstante, tal y como se ha indicado anteriormente, existe un requisito fundamental para ser proveedor de la ONU, éste es tener al menos tres años mínimos de experiencia internacional, ya sea en exportaciones, implantación de proyectos, colaboraciones, etcétera. De lo contrario solo se podrá acceder a aquellas licitaciones de la ONU que se lleven a cabo en el país de origen de la empresa en cuestión.

La inscripción en este registro es relativamente sencilla y no tiene coste para la empresa, siendo éste el primer paso a realizar si se quiere acceder a las licitaciones. Se piden una serie de datos sobre la empresa. En este sentido, conviene inscribirse utilizando una dirección de correo genérica y no una personal, adjudicada a una persona. Así se evitará que en el futuro las ofertas pasen inadvertidas para la empresa.

También en este proceso se deben indicar aquellas agencias del sistema para las cuales se desea registrarse. Conviene realizar un trabajo de investigación previo para averiguar cuáles adquieren los productos o servicios que la empresa oferta. Para ello se puede utilizar el Informe Estadístico Anual o la misma página del portal donde se publican los concursos¹⁶.

¹⁵ Para más información sobre adquisiciones de esta agencia visite el siguiente link: <http://www.unido.org/index.php?id=o10437>

¹⁶ Link al Informe estadístico anual: <http://www.ungm.org/Info/annual-statistical-report-UN-sustainable-procurement.aspx>. Link a las publicaciones de concursos: <http://www.ungm.org/Notices/Notices.aspx>

¹⁴ Más información sobre la IAEA en: <http://www.iaea.org/About/Business/index.html>

Un paso necesario por parte de la empresa es asignar códigos a los productos o servicios que ésta ofrece. Estos códigos responden a un sistema de codificación establecido por las propias Naciones Unidas. Este paso no es trivial, ya que, en base a este código, las distintas agencias comienzan su proceso de búsqueda de suministradores. No existe un criterio fijo sobre cuán específico debe ser el código y si es mejor uno abierto con apenas dos o tres cifras de definición o uno más concreto. Sin embargo, para algunas agencias como el UNPD conviene utilizar un nivel de definición de al menos cuatro dígitos, es decir, uno con dos ceros al final¹⁷. Para todo este procedimiento, Naciones Unidas ha puesto a disposición de las empresas interesadas en convertirse en proveedoras una guía sobre como registrarse¹⁸.

Una vez inscrita la empresa puede participar en las licitaciones, donde se utilizarán distintos criterios para determinar cuál será la empresa o empresas ganadoras. Como todo organismo demandante, se utilizan criterios como el de precio, adecuación a la solicitud, experiencia, capacidad financiera y fiabilidad del ofertante, sin que esto excluya una serie de garantías y salvaguardas que permitan contratar con relativa seguridad en operaciones muchas veces complicadas y que se desarrollan en escenarios conflictivos como es el caso de los suministros a operaciones de mantenimiento de la paz o para atender a emergencias en países que sufren diversas catástrofes naturales.

3. Proceso de licitaciones

Las Naciones Unidas, como es lógico, procuran adquirir los bienes y servicios con la mayor eficacia posible en cuanto a calidad, fiabilidad y precio, y para ello utilizan casi siempre el procedimiento de las licitaciones

que asegura mayor transparencia y costes más bajos en la mayoría de los casos. En este sentido, conviene destacar que la persona que solicita (*requisitioner*) no es la misma que la que lleva a cabo el proceso de compra (*procurement officer*). Así, en los distintos departamentos de compras y adquisiciones del Sistema de Naciones Unidas hay personas que están especializadas en determinados tipos de productos o servicios, pero, en última instancia, la persona que conoce las verdaderas necesidades detrás de cada solicitud es el *requisitioner*.

Como se ha indicado anteriormente, toda adquisición debe hacerse mediante un proceso público con un conocimiento lo más amplio posible, salvo en casos muy excepcionales. Así, cualquier compra por encima de 40.000 dólares debe ser publicitada. Esto se refleja en la publicación de una REOI (*Request for Expression of Interest*). Normalmente, todas estas licitaciones están publicadas en la página web¹⁹. No obstante, si el interés de una empresa está en una agencia en particular conviene visitar sus propias páginas de adquisiciones, mencionadas anteriormente. Los posibles suministradores que hayan respondido a esta REOI y estén cualificados recibirán los documentos correspondientes para la licitación, documentación que también deberán recibir los suministradores registrados para ese tipo de producto en la base de datos correspondiente. De ahí la importancia de estar registrado y de responder diligentemente a una manifestación de interés.

Una vez la agencia acepta a las empresas que hayan respondido a las EOI (*Expression of Interest*), ésta envía los términos de referencia (TOR) donde se especifican las características fundamentales del concurso. En este punto conviene hacer referencia a la clasificación que utiliza todo el sistema de Naciones Unidas para las licitaciones:

— Solicitud de propuesta (Request for Proposal - RFP): se usa para la adquisición de bienes o servicios donde una especificación técnica es necesaria y las ca-

¹⁷ En el siguiente *link* se pueden ver el sistema de códigos que la ONU utiliza: <http://www.ungm.org/Info/Unccs.aspx>

¹⁸ http://www.ungm.org/Publications/UserManuals/Suppliers/UserManual_Supplier.pdf

¹⁹ <http://www.ungm.org/Notices/Notices.aspx>.

racterísticas finales no pueden ser determinadas de antemano. Se trata de ofrecer una solución a un problema específico. En este sentido, la empresa deberá de aportar separadamente una oferta técnica, una oferta comercial y, donde corresponda, una oferta financiera. En un primer paso, el *Procurement Officer* valorará la oferta técnica y solo evaluará las ofertas comerciales de aquellas empresas que hayan superado los criterios técnicos. La empresa premiada será la que ofrezca un mejor valor por dinero (*best value for money*) de entre aquellas que superen los requisitos técnicos.

— Invitación a licitar (Invitation to a Bid - ITB): se usa en las adquisiciones de bienes o servicios que están bien definidos y no necesitan de una propuesta técnica. En las ITB se entregará un único sobre con la oferta comercial, y la oferta ganadora será aquella que ofrezca el mejor valor por dinero.

— Solicitud de presupuesto (Request for Quotation - RFQ): similar a la ITB pero para bienes y servicios de menor valor.

Asimismo, con cierta frecuencia las Naciones Unidas sacan concursos que requieren una multitud importante de bienes muy amplia o un servicio muy complejo. En estos casos, a menudo se permite licitar para parte de los ítems requeridos. En este sentido, se recomienda ponerse en contacto con la persona responsable, siempre indicada en la EOI, si es posible licitar por una parte de los bienes solicitados.

4. Comunicación y disputas

Lo expuesto en este apartado se aplica sobre todo a la División de Adquisiciones de las Naciones Unidas (*United Nations Procurement Division - UNPD*) que, como hemos comentado con anterioridad, es el departamento más desarrollado en adquisiciones y compras del Sistema de las Naciones Unidas. No obstante, se espera que en un futuro todas las agencias implanten procedimientos y prácticas similares.

En la mayoría de los casos, UNPD ofrece la posibilidad a las empresas que deseen participar en los concur-

sos de ponerse en contacto con el *Procurement Officer* a través de un correo electrónico para cualquier duda que pueda surgir. Para aumentar la transparencia y competitividad del concurso, tanto la pregunta como la respuesta serán comunicadas al resto de las empresas participantes.

Antes de proceder a la evaluación de la oferta, UNPD permite a las empresas participantes, o a un representante oficial nombrado por ella, asistir a la apertura de sobres, donde puede tomar nota de las empresas que participan en la oferta y, en el caso de una ITB, cuáles han sido sus ofertas comerciales. En el caso de una RFP, no se podrá leer la oferta comercial porque, antes de examinarla, el personal de UNPD debe examinar la oferta técnica.

Tras el proceso de evaluación, UNPD se pondrá en contacto con la empresa ganadora a través de una carta (*Award Letter*). Aunque no siempre, a partir de este momento se abre un espacio para negociar el contrato entre las partes y, una vez firmado el mismo, UNPD se pondrá en contacto con los demás participantes del concurso para comunicarles que no han sido seleccionados. Esto es lo que se conoce como carta de disculpa (*Regret Letter*).

Si una empresa, que no ha resultado ganadora, considera que el concurso merece una revisión puede solicitar una explicación (*debriefing*) a la UNPD en los diez días posteriores a la publicación de la resolución. En el caso de no quedar satisfecha con la respuesta puede acudir al Consejo de Revisión de Adjudicaciones (*Award Review Board*)²⁰ en un plazo de diez días hábiles posterior a la comunicación del *debriefing*.

5. Código de conducta en las adquisiciones

Las Naciones Unidas es un organismo de carácter gubernamental y utiliza los recursos provenientes de los Estados miembros. Por ello tiene que extremar sus pre-

²⁰ http://www.un.org/depts/ptd/complaint_guideline.htm

cauciones y controles en los procesos de adquisición. En este sentido, existe un código de conducta que debe ser observado por la entidad y por todas las demás partes que intervienen en los concursos. Este Código de conducta para los proveedores de las Naciones Unidas puede ser consultado en Internet²¹, pero conviene resumir aquí alguno de los puntos más importantes.

Respeto a los derechos humanos, que deben ser protegidos de acuerdo con la normativa internacional. Además, los proveedores deben tener unas condiciones laborales donde no exista abuso o discriminación, manteniendo un entorno adecuado. Por otro lado, es necesario cumplir con la normativa local de forma que se aseguren unas condiciones de trabajo adecuadas, seguras y saludables. También, por tanto, queda prohibida la utilización del trabajo forzado, bien mediante el empleo de trabajo infantil o aplicando prácticas discriminatorias. Es obligatorio también que se cumplan las normas laborales del país de fabricación del artículo y que se respete el medio ambiente. Los materiales tóxicos deben ser identificados y gestionados de manera que se asegure su empleo sin peligro para las personas ni el medio ambiente. Los residuos de todo tipo deben ser tratados o eliminados adecuadamente en su lugar de origen.

Finalmente, se debe prestar especial atención a la normativa para evitar el soborno y la corrupción. Las Naciones Unidas esperan que los proveedores cumplan las reglas más estrictas de conducta en sus relaciones comerciales, aplicándose una tolerancia cero para toda clase de prácticas dudosas. No se admite, por ejemplo, ninguna clase de obsequio o beneficio para los funcionarios de los distintos organismos en el caso de tratos con proveedores ni mucho menos durante el proceso de las licitaciones. También existe una normativa que limita las actuaciones del personal de las Naciones Unidas ya fuera del servicio o que haya sido proveedor con anterioridad.

6. El Pacto Mundial de las Naciones Unidas

En referencia a los códigos éticos, existe en el marco de Naciones Unidas una propuesta para el sector privado. El Pacto Mundial²² (Global Compact) es una iniciativa de la ONU del año 2000, que se ha convertido en la mayor herramienta de promoción de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) alrededor del mundo. Su objetivo es conseguir un compromiso voluntario de las entidades, por medio de la implantación de Diez Principios basados en derechos humanos, laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción y está alineado con los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

En nuestro país el elemento catalizador de esta iniciativa es la Red Española del Pacto Mundial²³, constituida en 2004 y que, hasta la fecha, cuenta con 1.545 firmantes, entre ellos, empresas, ONG, sindicatos, instituciones académicas y organismos sociales.

La participación implica una implantación de procedimientos, un compromiso de mejora y de comunicación anual, así como la asistencia a asambleas y el pago de una cuota.

Desde el punto de vista de mercado, esta iniciativa es interesante para la búsqueda de socios, acceso a proyectos internacionales y reconocimiento por parte del Sistema de Naciones Unidas.

7. Consejos prácticos para las empresas españolas

Hay que señalar en primer lugar que las Naciones Unidas ofrecen importantes posibilidades para las empresas españolas. Esto es debido a una serie de razones. En primer lugar, el volumen de ventas de las empresas españolas es todavía muy bajo si se tiene en cuenta la participación española en el presupuesto de las Naciones Unidas, su capacidad exportadora y las posibilidades de nuestras empresas en cuanto a poder

²¹ http://www.un.org/depts/ptd/pdf/conduct_english.pdf

²² Pacto Mundial (Global compact): <http://www.unglobalcompact.org/>

²³ Red Española del Pacto Mundial: <http://www.pactomundial.org/>

competir en este como en cualquier otro mercado. De acuerdo con las últimas cifras disponibles, las empresas españolas en 2010 vendieron 56,5 millones de dólares a las Naciones Unidas mientras que las adquisiciones de esta organización superaron los 14.500 millones de dólares.

Esta situación se debe a muchos factores pero cabría citar los siguientes:

- Falta de experiencia de la empresa española en este mercado.

- Dificultades derivadas de un mercado muy regulado y diferente al que se enfrenta un exportador habitual. Tal vez lo más parecido sería el proceso de suministro a una entidad oficial en España. En este caso, se trata de un procedimiento complejo, muy regulado y lento. Además en el caso de las Naciones Unidas hay que entrar en un ambiente multicultural desconocido y poder manejarse en inglés. Muchas veces también se trata de suministrar en localizaciones complejas, sometidas a conflictos y muy alejadas de nuestro país.

- Se debe tener en cuenta, también, que el grueso de los productos y servicios adquiridos se necesitan en cantidades importantes y pueden ser productos complejos, ya sea por su presentación, por su transporte o por formar paquetes que deben poder ser empleados en circunstancias difíciles y/o en países en vías de desarrollo. En este mercado tener una marca de prestigio o un producto muy sofisticado no es para nada un sinónimo de éxito. Lo normal es que la organización precise un producto sencillo y barato que cumpla con su cometido y con el menor coste posible, pero, eso sí, cumpliendo todos los trámites y condiciones establecidas.

- También ha influido para explicar los escasos resultados conseguidos hasta ahora, ya que las empresas españolas no han contado con un centro de las Naciones Unidas en nuestro país. En este momento hay ya un centro logístico y de comunicación de cierta importancia en Valencia, pero no cabe duda que países como Dinamarca, Suiza, Austria, Italia o Estados Unidos llevan ya años contando con una mayor presencia de las Naciones Unidas en su territorio, con el peso que esto trae

consigo a efectos de volumen de adquisiciones a las empresas locales.

Por otro lado, existen unas características fundamentales que la empresa debe tener en cuenta si quiere tener éxito. En primer lugar, Naciones Unidas debe adquirir lo que la empresa ofrece, y, en segundo lugar, este mercado requiere una dedicación y muchas veces no se ven resultados de forma inmediata. Por ello, se requiere paciencia y compromiso, estar atento a las EOIs, responder a las invitaciones, investigar sobre los competidores, adaptar el producto a las necesidades de Naciones Unidas, etcétera. En tercer lugar, antes de participar en concursos de Naciones Unidas la empresa debe asegurarse de que puede cumplir con sus exigencias: niveles de producción, logística, plazos, puntos de entrega, etcétera. Lo peor que puede ocurrir es ganar un concurso y luego no ser capaz de cumplir el contrato, esto supondría un obstáculo importante para el futuro y tal vez desperdiciar todo el esfuerzo realizado.

8. Servicios que ofrece la red de Oficinas Comerciales para hacer operaciones con las Naciones Unidas

Dentro de la red de Oficinas Comerciales dependiente del ICEX hay una serie de Oficinas que están especializadas en temas de las Naciones Unidas, estas Oficinas son las de Copenhague, Viena y Nueva York. Estos son, en general, los servicios que ofrecen estas Oficinas a las empresas españolas que tratan de iniciarse en este tema, servicios que se centran en tareas de información, promoción y formación:

- Información: sobre el procedimiento a seguir, registro, normativa, estadísticas, oportunidades y demás aspectos básicos sobre el tema. Regularmente se realizan estudios sobre cómo hacer negocios con las Naciones Unidas.

- Asistencia en la presentación y apertura de ofertas: la empresa puede ponerse en contacto con la Oficina Comercial y enviarle la oferta a presentar. Esta, en su lugar, presentará la oferta correspondiente y acudirá a la

apertura de sobres para recoger las ofertas económicas y los nombres de los demás competidores.

— Seminarios: las Oficinas, a través de ellas mismas o en colaboración con otras instituciones, organizan eventos de formación sobre el sistema de adquisiciones de Naciones Unidas o de algunas agencias en particular.

— Visitas a los organismos y agencias de Naciones Unidas: asistencias puntuales en caso de necesitar gestionar una visita a una agencia, ya sea individual o de grupo.

— Formación: comunicación y preparación de expertos en estos temas en el seno de las mismas Oficinas Comerciales.

— Envío de oportunidades de negocio: alguna Oficina, como la Oficina Comercial de Nueva York, envía de forma gratuita oportunidades de negocios clasificadas por sectores de actividad a las empresas españolas que lo deseen de forma periódica.

Adicionalmente, las Oficinas Comerciales, en determinados países, pueden facilitar el contacto con las Oficinas locales de las Naciones Unidas, donde es posible obtener información de interés para suministros a esos países²⁴.

9. Conclusiones

El Sistema de las Naciones Unidas ofrece muchas oportunidades para las empresas españolas pero estas oportunidades solo resultan accesibles mediante un conocimiento bastante profundo por parte de la empresa y tras un esfuerzo considerable. La empresa española debe hacer un examen de su producto y de su propia empresa para ver si cumple unas condiciones mínimas.

Como ejemplo de la dificultad que entraña el mercado de la ONU y el compromiso que el mismo requiere, existen empresas exclusivamente dedicadas

a concursar con las Naciones Unidas y, tras varios años de experiencia, solo llegan a alcanzar un porcentaje de éxito del 20 por 100. Naturalmente, este depende del tipo de producto, la periodicidad con que Naciones Unidas licita el bien, o servicio en concreto, y la competitividad de la empresa, pero, en general, ninguna empresa debe esperar un porcentaje de éxito mayor del 10 por 100 en los primeros concursos con la ONU.

Si el producto o servicio se encuentra entre los adquiridos por la Naciones Unidas, si tiene un precio competitivo, si se está dispuesto a suministrarlo en el lugar y en las cantidades adecuadas, se puede pasar a la siguiente fase: ver si se dispone de los recursos y tiempo suficiente para iniciar el registro en el sistema, dar todos los datos que se piden y preparar las ofertas. Además, se debe estar mentalizado para admitir que el proceso será largo, y que exige adaptarse a un mecanismo burocrático que, al estar financiado por fondos gubernamentales, está muy regulado y es relativamente poco ágil. No se trata de vender en otro mercado extranjero sino en un mercado muy peculiar, más similar al de un organismo oficial en España.

Por último, es importante que el primer contrato que se consiga sea cumplimentado de forma favorable, la confianza es en este mercado, como es lógico, la mejor garantía de éxito en el futuro.

Para obtener la información adecuada se debe contactar con las Oficinas Comerciales acreditadas ante los organismos de la ONU y especializadas en este tema (Dinamarca, Viena y Nueva York), y consultar las fuentes de información disponibles en Internet.

Referencias bibliográficas

[1] CÓDIGO DE CONDUCTA PARA LOS PROVEEDORES DE LAS NACIONES UNIDAS: http://www.un.org/depts/ptd/pdf/conduct_english.pdf

[2] DIVISIÓN DE ADQUISICIONES DE NACIONES UNIDAS: <http://www.un.org/depts/ptd/>

[3] ESTRUCTURA GENERAL DEL SISTEMA DE NACIONES UNIDAS: http://www.un.org/en/aboutun/structure/pdfs/un_system_chart_colour_sm.pdf

²⁴ Como introducción a estos temas se puede ver un vídeo muy útil recientemente elaborado por la Oficina Comercial en Copenhague en el aula virtual de ICEX: http://aulavirtual.icex.es/AV_Seminario.aspx?IdUsuario=IcexUser&IdSeminario=460&Origen=L

[4] FONDO DE POBLACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS: <http://www.unfpa.org/public/>

[5] GUÍA PARA EL REGISTRO EN UNGM: http://www.Ungm.org/Publications/UserManuals/Suppliers/UserManual_Supplier.pdf

[6] INFORME ANUAL SOBRE ESTADÍSTICAS DE ADQUISICIONES DE NACIONES UNIDAS: <http://www.ungm.org/Info/annual-statistical-report-UN-sustainable-procurement.aspx>

[7] NACIONES UNIDAS: <http://www.un.org>

[8] ORGANISMO INTERNACIONAL DE ENERGÍA ATÓMICA: <http://www.iaea.org/>, <http://www.iaea.org/About/Business/index.html>

[9] ORGANIZACIÓN DE NACIONES UNIDAS PARA DESARROLLO INDUSTRIAL: <http://www.unido.org/>, <http://www.unido.org/index.php?id=o10437>

[10] PNUD - principales oficinas en:

— Afganistán: <http://www.undp.org.af/Operations/Procurement/index.htm>

— Panamá: <http://www.undp.org.pa/transparencia>

— Argentina: <http://www.undp.org.ar/operaciones/licitaciones.html>

— Estados unidos: <http://www.us.undp.org/>

— Iraq: http://iq.undp.org.125.seekdotnet.com/procurment.Aspx?data=gH9u_2f2JmNRIL06sCaYRMiUfei06FtoPemXJ_2fRfYA8tcjCNJdzUfGcnT3WoRTrhJQ

— Dinamarca: <http://www.undp.dk/english/>

— Brasil: <http://www.pnud.org.br/licitacoes/>

— Colombia: <http://licitaciones.pnud.org.co/>

— R. D. del Congo: <http://www.cd.undp.org/>

— Egipto: <http://www.undp.org.eg/Default.aspx?tabid=225>

— Zimbabwe: <http://www.undp.org.zw/about-undp/work-with-us/job-opportunities>

— Haití: <http://www.ht.undp.org/>

— Bangladesh: <http://www.undp.org.bd/proc.php>

— Indonesia: <http://www.undp.or.id/>

— Perú: <http://www.pnud.org.pe/frmTransparencia.aspx>

— Honduras: <http://www.undp.un.hn/licitaciones.htm>

[11] PROGRAMA DE NACIONES UNIDAS PARA EL DESARROLLO: <http://www.undp.org/>

[12] RED ESPAÑOLA DEL PACTO MUNDIAL: <http://www.pactomundial.org/>

[13] SÁEZ MÉNDEZ, D.J. (2012): «Cómo convertirse en proveedor de las Naciones Unidas», Oficina Económica y Comercial en Copenhague. Aula virtual ICEX. http://aula-virtual.icex.es/AV_Seminario.aspx?IdUsuario=IcexUser&IdSeminario=460&Origen=L

[14] UNESCO: <http://www.unesco.org/new/en/>

[15] UNITED NATIONS GLOBAL MARKETPLACE: <http://www.ungm.org>