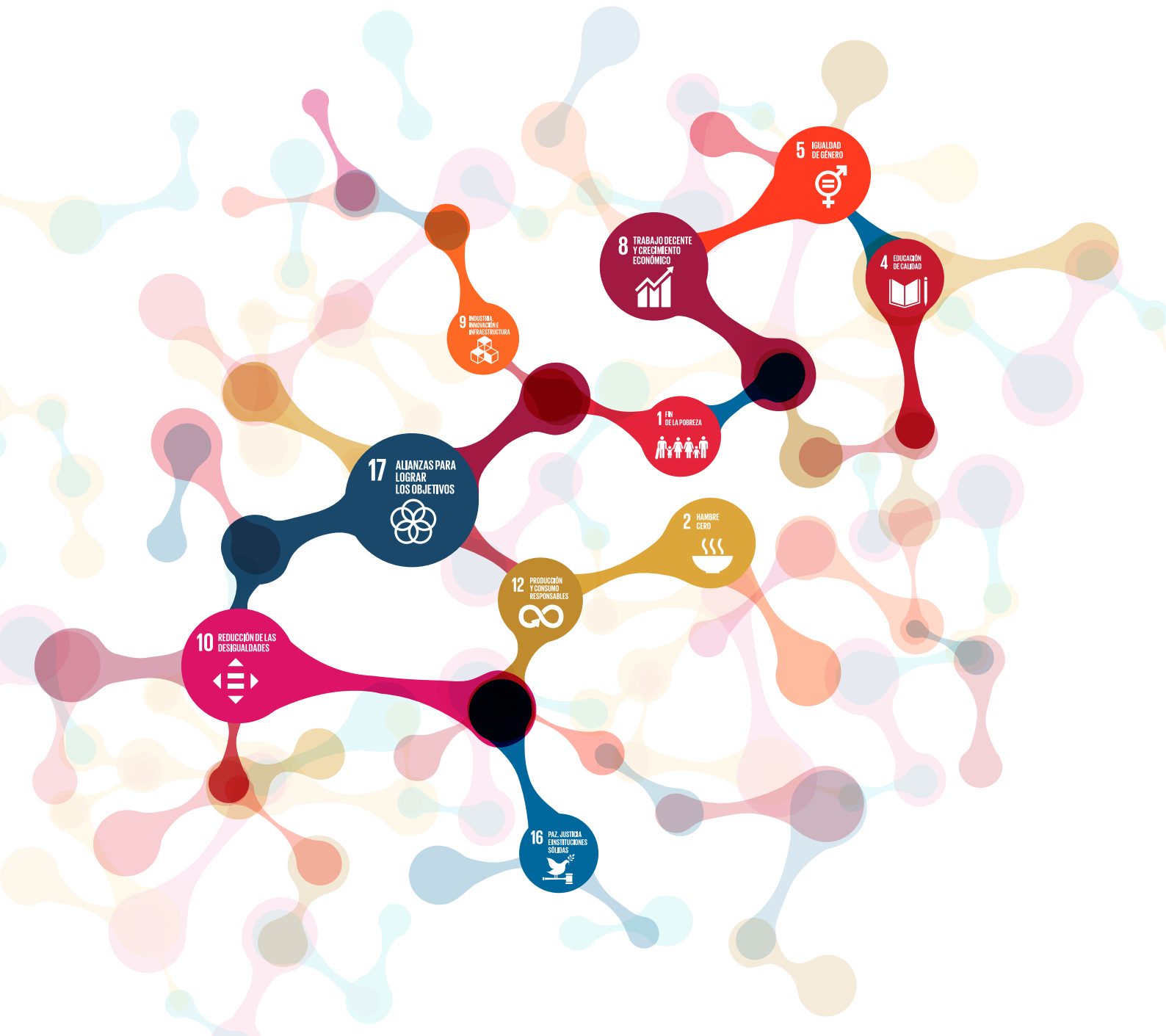




Informe Anual 2017





El ITC es el único organismo internacional dedicado plenamente al desarrollo de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas. Mediante la colaboración con los asociados para fortalecer la competitividad de las mipymes exportadoras, contribuimos a crear sectores de exportación dinámicos y sostenibles que ofrecen oportunidades empresariales, especialmente para las mujeres, los jóvenes y las comunidades desfavorecidas.



Comercio en beneficio de todos

Índice

Prefacio	4
Los Objetivos Mundiales son objetivos del ITC	6
El contexto mundial.....	8
INTERVENCIONES DEL ITC: HACER MÁS Y MEJOR.....	12
Facilitación de inteligencia comercial y de mercado.....	16
Creación de un entorno propicio a la actividad empresarial	26
Fortalecimiento de las instituciones de apoyo al comercio y la inversión.....	34
Conexión con las cadenas de valor internacionales.....	40
Promoción e integración de un comercio inclusivo y ecológico.....	48
Apoyo a la integración económica regional y a las relaciones Sur-Sur.....	60
RESULTADOS INSTITUCIONALES.....	66
Gobernanza institucional.....	68
Evaluación y desempeño.....	70
Panorama general de la situación financiera.....	72
Gestión de recursos humanos.....	75
Comunicación y difusión.....	77
Principales eventos del ITC.....	79
Asociaciones para el desarrollo sostenible	81
APÉNDICES.....	86
APÉNDICE I: Áreas de interés y programas del ITC.....	88
APÉNDICE II: Cooperación técnica del ITC, por región y área de interés.....	90
APÉNDICE III: Proyectos y programas nacionales y regionales del ITC, por país.....	95
APÉNDICE IV: Evaluación de las necesidades y diseño de proyectos del ITC en 2017, por región.....	103
APÉNDICE V: Perfil del personal del ITC.....	106
APÉNDICE VI: Distribución de misiones, por nacionalidad y género de los expertos, 2017.....	107
APÉNDICE VII: Lista de contribuciones voluntarias al Fondo Fiduciario del ITC.....	111

Estudios de caso

FACILITACIÓN DE INTELIGENCIA COMERCIAL Y DE MERCADO



20

Capacitar a diplomáticos sudafricanos para que ayuden a las empresas a acceder a nuevos mercados



22

Utilizar las encuestas empresariales para ayudar a mipymes de Filipinas a superar los obstáculos a la exportación



24

Global Trade Helpdesk: una ventanilla única de acceso a la información de mercado para las mipymes

CREACIÓN DE UN ENTORNO PROPICIO A LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

30

Incluir la voz del sector privado en las reformas de la facilitación del comercio



32

Sentar las bases políticas para impulsar el comercio afgano



FORTALECIMIENTO DE LAS INSTITUCIONES DE APOYO AL COMERCIO Y LA INVERSIÓN



36

Aplicar la fórmula de promoción de las inversiones de Costa Rica en África Oriental



38

Comprender cómo pueden las IACI ayudar a las pequeñas empresas a ser más competitivas

CONEXIÓN CON LAS CADENAS DE VALOR INTERNACIONALES

42

Conectar a las mipymes con los mercados internacionales para crear empleo en el Norte de África



44

Apoyar la agregación de valor y el crecimiento de las exportaciones en el sector de la pashmina en Nepal



46

Obtener precios más elevados para los productores africanos de café mediante subastas en línea



PROMOCIÓN E INTEGRACIÓN DE UN COMERCIO INCLUSIVO Y ECOLÓGICO



54

Empoderar a las mujeres empresarias en toda la región del océano Índico



56

Los productores de cacao de Colombia utilizan guías de sostenibilidad para obtener precios más altos



58

Mejorar los medios de vida de las mujeres sirias desplazadas a través del comercio

APOYO A LA INTEGRACIÓN ECONÓMICA REGIONAL Y A LAS RELACIONES SUR-SUR

62

En África Occidental, un enfoque pluridimensional para impulsar el comercio regional



64

Desarrollo de competencias digitales en África Oriental



Prefacio

Para la economía mundial, 2017 fue un año en el que, por fin, empezaron a notarse síntomas de recuperación de las largas secuelas de la crisis financiera. Tras prácticamente una década de lentos progresos, los índices de crecimiento empezaron a registrar tendencias alcistas en todo el mundo, impulsando un marcado crecimiento de los volúmenes comerciales en su remontada.

Sin embargo, en términos más generales fue el año en el que se vivieron los peores momentos en décadas en materia de comercio y cooperación multilateral. Se cuestionó abiertamente el valor del comercio mundial basado en normas. Se argumentó con frecuencia que las obligaciones internacionales de todo tipo — relacionadas con el comercio, el medioambiente o la migración — debilitaban a los países y los gobiernos individualmente, en lugar de aumentar su capacidad para hacer frente a retos conectados entre sí.

Lo cierto es que para cumplir los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) — poner fin a la pobreza y reducir la desigualdad socioeconómica a la vez que orientamos nuestras economías hacia la sostenibilidad medioambiental — necesitamos una cooperación transfronteriza mayor y mejor, unida a acciones más eficaces a nivel nacional.

Asegurarse de que todas las personas de todos los países puedan compartir los beneficios del comercio y los avances tecnológicos sería muy positivo para calmar los ánimos que atentan ahora contra las relaciones económicas mundiales. Para lograr que el comercio sea inclusivo es especialmente importante conectar a las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes), ya que son ellas las que dan empleo a la mayor parte de la mano de obra prácticamente en todo el mundo.

El Centro de Comercio Internacional (ITC) sigue comprometido con hacer que el comercio funcione para el 99 %. Desde nuestra fundación en 1964, trabajamos para empoderar a las empresas de países en desarrollo y de países menos desarrollados para que aprovechen las oportunidades que brinda la economía mundial. Esto no representa un fin en sí mismo, sino un medio para aumentar los ingresos y ampliar las oportunidades de la vida, especialmente para las personas situadas en la base de la pirámide económica.

En un momento de incertidumbre con respecto al futuro de la apertura del mercado internacional, nuestro enfoque — preparar a las empresas para que aprovechen al máximo las condiciones de acceso al mercado que les incumban, sean las que sean — es más relevante que nunca. Nuestro nuevo Plan Estratégico de 2018 a 2021 traza claramente el camino que seguirá el ITC para hacer que el comercio funcione para cumplir los ODS.

En relación con los aspectos más importantes para lograr que el comercio sea más equitativo e inclusivo — mipymes, comercio electrónico y empoderamiento económico de las mujeres — el ITC está abogando por mejores políticas y prácticas a nivel doméstico, a la vez que trabaja para documentar las futuras normas internacionales, e influir en ellas.

El sistema de las Naciones Unidas reconoció oficialmente en 2017 la importancia de las mipymes y la función de apoyo a estas empresas que desempeña el ITC cuando designó a nuestra organización como el organismo responsable del primer Día Internacional de las Mipymes. Esta jornada, ahora anual, pondrá periódicamente el foco en la importancia de promover unos sectores de pequeñas empresas dinámicas.

Al hacer hincapié en los problemas prácticos con los que se encuentran las mipymes cuando apuestan por el comercio en línea, el análisis del ITC está ayudando a marcar la agenda del incipiente compromiso internacional sobre la gobernanza del comercio electrónico.

Otro aspecto destacado del año fue la adopción, por parte de más de 120 gobiernos, de la Declaración de Buenos Aires sobre las Mujeres y el Comercio durante la reunión ministerial de la Organización Mundial del Comercio (OMC) celebrada en la capital argentina. El ITC se ha situado a la cabeza en este esfuerzo por situar a las mujeres en la agenda mundial del comercio. La declaración se basa en la iniciativa SheTrades del ITC que ayuda desde 2015 a las empresas pertenecientes a mujeres a conectar con nuevos compradores, a la vez que reta a los gobiernos, al sector privado y a la sociedad civil a que hagan más por empoderar a las mujeres como agentes económicos en condiciones de igualdad. Nuestra defensa de las mujeres empieza en casa: el Secretario General de las Naciones Unidas, António Guterres, ha destacado los esfuerzos del ITC por lograr la paridad de género a todos los niveles como un modelo a seguir.

En el presente informe se resume la labor realizada por el ITC para que se generara comercio en 2017. Destinamos más de 46 millones de dólares de los Estados Unidos en concepto de gastos extrapresupuestarios a la asistencia técnica, a fomentar la capacidad y a un análisis innovador concebido para preparar a los formuladores de políticas y a las empresas para que tomen mejores decisiones. La merma inesperada del apoyo voluntario provocó una restricción del gasto que en su momento fue prudente, pese a que, *a posteriori*, pueda parecer excesivamente precavida habida cuenta de las nuevas contribuciones acordadas durante el año.



1. Día de las Mipymes 2017 2. Lanzamiento del Global Trade Helpdesk, Undécima Conferencia Ministerial de la OMC 3. Arancha González, Directora Ejecutiva del ITC, y António Guterres, Secretario General de las Naciones Unidas 4. Adopción de la Declaración de Buenos Aires sobre Mujeres y Comercio

En este informe se ofrecen los resultados clave de cada uno de los 15 programas en torno a los que se han articulado las intervenciones del ITC. Un tema que trasciende a muchos de ellos es la labor de promoción del comercio intrarregional en la Unión Económica y Monetaria de África Occidental, un ejemplo de cómo se complementan entre sí los distintos sectores de la organización para actuar con cohesión de cara a la consecución de los objetivos comunes.

Doce estudios de caso de las seis áreas de interés de nuestro trabajo ilustran el impacto de los proyectos del ITC: desde dotar a los diplomáticos de competencias analíticas para que defiendan mejor los intereses comerciales de sus países, hasta ayudar a los productores colombianos de cacao a obtener los precios más elevados que lleva consigo una producción más sostenible. «ITC innova» recoge tres casos que examinan iniciativas nuevas que prometen arrojar importantes dividendos en el futuro. Uno de ellos describe el Global Trade Helpdesk, una plataforma interinstitucional de inteligencia comercial que se convertirá en una ventanilla única para las empresas que busquen la información necesaria para vender en sus mercados objetivo.

El presente informe refleja la creciente importancia de la economía digital para la labor del ITC, desde el desarrollo de capacidades de la tecnología de la información hasta la utilización de subastas en línea para ayudar a los productores de café a obtener precios más elevados. La cooperación triangular es otro aspecto cada vez más relevante de la cartera del ITC y se refleja en iniciativas encaminadas a impulsar el comercio y la inversión africanos con China y la India y en un proyecto que aprovecha la experiencia de la agencia de promoción de las inversiones de Costa Rica para impulsar la efectividad de sus homólogas en cuatro países africanos.

Los esfuerzos del ITC por incrementar y diversificar las fuentes de financiación están arrojando resultados en términos de compromisos financieros y, mejor aún, de impacto en la vida de las personas. Esperamos que siga viendo al ITC como un socio con el que lograr un comercio en beneficio de todos.

Arancha González, Directora Ejecutiva

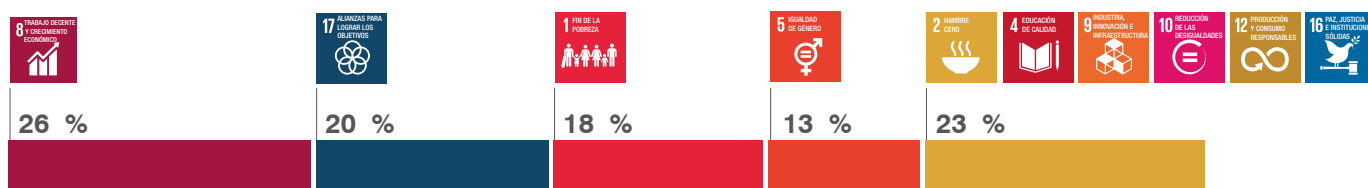
Los Objetivos Mundiales son objetivos del ITC

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) representan una agenda para el desarrollo universal y mundial para todos los Estados miembros de las Naciones Unidas y todos los agentes del desarrollo hasta 2030. Constan de un conjunto de 17 objetivos interrelacionados entre sí, respaldados por 169 metas en los ámbitos del desarrollo económico, social y medioambiental. El ITC apoya directamente los 10 ODS.

El ITC contribuye a los Objetivos Mundiales a través del apoyo que brinda a la competitividad internacional de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) en pos de un crecimiento inclusivo y sostenible a través de la agregación de valor, el comercio, la inversión y las alianzas mundiales. Dispone de sistemas para monitorizar los resultados y ayuda a la comunidad mundial a hacer un seguimiento de los avances en la consecución de los ODS. Las intervenciones del ITC se rigen por un código de conducta.



Cuál es la vinculación de los proyectos del ITC con cada ODS





OBJETIVO 1

- Reducir la proporción de hombres, mujeres y niños de todas las edades que viven en la pobreza.
- Crear marcos normativos sólidos sobre la base de estrategias de desarrollo en favor de los pobres que tengan en cuenta las cuestiones de género.



OBJETIVO 2

- Duplicar la productividad y los ingresos de los productores de alimentos en pequeña escala, en particular las mujeres.
- Facilitar el acceso a conocimientos, mercados y oportunidades para la generación de valor añadido.
- Asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos.



OBJETIVO 4

- Garantizar que los jóvenes y los adultos tengan las competencias relevantes para el empleo, el trabajo digno y el emprendimiento.



OBJETIVO 5

- Velar por la participación plena y efectiva de las mujeres en las empresas y en el comercio y por la igualdad de oportunidades.
- Otorgar a las mujeres el derecho a los recursos económicos en igualdad de condiciones.
- Mejorar el uso de la tecnología instrumental para promover el empoderamiento de la mujer.



OBJETIVO 8

- Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación.
- Promover políticas que apoyen las actividades productivas, la creación de empleo decente, el emprendimiento, la creatividad y la innovación.
- Alentar la oficialización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas.
- Poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.
- Aumentar el apoyo a la iniciativa de ayuda para el comercio.



OBJETIVO 9

- Garantizar un entorno normativo propicio a la diversificación industrial y la adición de valor.
- Aumentar el acceso de las pymes a los servicios financieros y su integración en las cadenas de valor y los mercados.



OBJETIVO 10

- Lograr progresivamente el crecimiento de los ingresos del 40 % más pobre.
- Aplicar un trato especial y diferenciado para los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados (PMA), de conformidad con los acuerdos de la Organización Mundial del Comercio (OMC).



OBJETIVO 12

- Lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales.
- Apoyar a las empresas para que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en sus ciclos de presentación de informes.



OBJETIVO 16

- Promover instituciones eficaces, responsables y transparentes a todos los niveles.
- Garantizar la adopción de decisiones inclusivas, participativas y representativas.
- Garantizar la participación de los países en desarrollo en las instituciones de gobernanza mundial.



OBJETIVO 17

- Garantizar un sistema de comercio multilateral universal, basado en normas, abierto, no discriminatorio y equitativo en el marco de la OMC.
- Aumentar de manera significativa las exportaciones de los países en desarrollo, duplicando la participación de los PMA en las exportaciones mundiales para 2020.
- Lograr la consecución oportuna del acceso a los mercados, libre de derechos y de contingentes, de manera duradera para todos los PMA.

El contexto mundial

El comercio mundial se recupera

El comercio mundial mostró síntomas de recuperación en 2017 tras años de débil crecimiento. Se calcula que las exportaciones mundiales de mercancías se incrementaron en un 4,7 % en 2017 frente a un discreto 1,3 % registrado en 2016. Incluyendo los servicios, las exportaciones mundiales se incrementaron en un 5,3 %, un nivel que todavía está por debajo de la media del 5,6 % registrada durante 25 años (todas las cifras en términos de volumen).

Las exportaciones y las importaciones se incrementaron en la mayor parte de las regiones en 2017, aunque con importantes variaciones. En América del Norte, las exportaciones se incrementaron en un 4,2 % y las importaciones crecieron un 4 % en comparación con el año anterior. En Europa aumentaron en un 3,5 % y un 2,5 % respectivamente. Lideradas por China y las cadenas de suministro regionales, las exportaciones y las importaciones asiáticas fueron las que más rápido crecieron, al 6,7 % y el 9,6 % respectivamente. Las importaciones en Sudamérica y América Central y el Caribe se recuperaron, arrojando cifras positivas de crecimiento de las importaciones por primera vez en tres años tras la salida del Brasil de una larga recesión. Las exportaciones del África Subsahariana se incrementaron en un 2,8 %, una sólida recuperación tras la caída del 0,2 % registrada el año anterior. Entretanto, las importaciones de la región se estancaron, registrando un ligero descenso del 0,2 % tras la contracción del 7 % de 2016.

En su conjunto, las economías desarrolladas experimentaron un crecimiento de las exportaciones del 3,9 % y un aumento de las importaciones del 3,3 %. En las economías en desarrollo, las cifras registradas fueron del 5,8 % y el 6,6 % respectivamente.

Cabe señalar que el repunte del comercio superó al crecimiento del producto interior bruto (PIB): se calcula que el comercio creció 1,5 veces más rápido que la producción global de 2017. Esto rompe con la tendencia del período posterior a la crisis en la que el comercio mundial y el PIB crecieron a una tasa similar (en 2016, el comercio creció más lentamente que el PIB) tras toda una generación en la que el comercio crecía mucho más rápido que la producción.

La mejora del panorama comercial debería ayudar a aplacar los miedos de que una «desaceleración del comercio mundial» mermara la capacidad del comercio internacional para impulsar el crecimiento y el desarrollo. Sin embargo, siguen existiendo riesgos considerables que podrían superar a la recuperación del comercio. Parece probable que se endurezca la política monetaria en las economías desarrolladas, mientras que el aumento de los tipos de interés en los Estados Unidos y el cese gradual de los estímulos la zona euro podrían provocar grandes fluctuaciones en las tasas de cambio y en los precios, alimentando a su vez las tensiones comerciales. En términos más generales, existe el riesgo de que la retórica proteccionista que marcó 2017 se plasme en restricciones comerciales a gran escala.

Los formuladores de políticas y las empresas están respondiendo a la incertidumbre política que afecta al comercio mundial. Muchos gobiernos han dado pasos adelante con acuerdos comerciales regionales y bilaterales, como los celebrados por la Unión Europea con el Canadá y el Japón, la Asociación Económica Integral Regional de Asia, y las 11 partes restantes del Acuerdo de Asociación Transpacífico tras la retirada de los Estados Unidos.

Si bien siguió siendo difícil lograr acuerdos multilaterales, hubo subgrupos más pequeños de países que aprovecharon la reunión ministerial de la Organización Mundial del Comercio (OMC) celebrada en Buenos Aires para iniciar conversaciones multilaterales sobre el comercio electrónico, la facilitación de la inversión y las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes). Entretanto, las empresas han tratado de reducir su vulnerabilidad ante los riesgos del proteccionismo intensificando para ello sus operaciones allá donde los entornos políticos son estables, el acceso a los mercados es amplio y los costos comerciales son bajos. Para numerosas empresas líderes, esto puede suponer tener que fortalecer sus operaciones regionales. Para las mipymes pueden ser buenas noticias: el comercio regional ha sido tradicionalmente su puerta de acceso a las cadenas de valor internacionales.

El círculo virtuoso de desarrollo



La región: una puerta al comercio mundial

La edición de 2017 del informe anual de investigación más emblemático del ITC *Perspectivas de competitividad de las pymes*, arroja luz sobre el modo en que los acuerdos comerciales internacionales afectan a la actividad de la cadena de valor y a las mipymes. Bajo el título de *La región: una puerta al comercio mundial*, el informe demuestra con datos empíricos que existe una relación entre los acuerdos comerciales «exhaustivos» —los que van más allá de las reducciones arancelarias e incluyen normas relativas a la inversión, las medidas no arancelarias y otros ámbitos— y el aumento de la actividad de la cadena de valor en las economías participantes. Se ha observado que el aumento de la actividad de la cadena de valor brinda a su vez a las mipymes nuevas oportunidades para acceder a los mercados internacionales, y para impulsar su competitividad más que la de las empresas de mayor tamaño. El aumento de la competitividad de las mipymes es una condición para la subida de los salarios y la mejora de las condiciones laborales de las empresas que, en su conjunto, emplean a la mayor parte de los trabajadores de cualquier economía, por lo que constituye un requisito para el crecimiento inclusivo. La suma de la integración profunda, la creciente actividad de la cadena de valor y la mejora de la competitividad de las mipymes puede crear un círculo

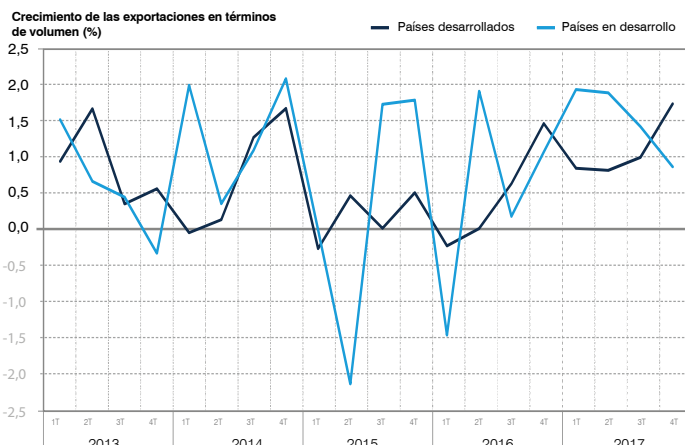
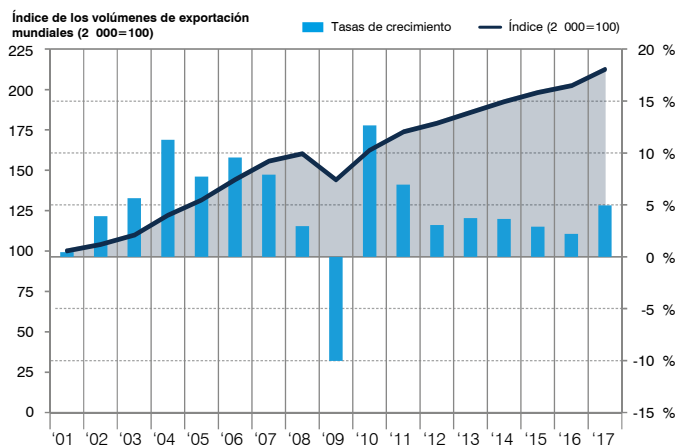
virtuoso de desarrollo caracterizado por el crecimiento inclusivo a través del comercio

Las regiones más profundamente integradas suelen estar estrechamente vinculadas por acuerdos comerciales formales que abordan ámbitos políticos pertinentes para la actividad de la cadena de valor, como la inversión y los servicios. El análisis del informe *Perspectivas de competitividad de las pymes* demuestra que una profunda integración comercial regional supone un estímulo para la actividad de la cadena de valor: por cada ámbito político adicional incluido en los acuerdos comerciales de un país, se registra un aumento del 2,5 % en su integración en las cadenas de valor. A su vez, este aumento de la actividad en la cadena de valor está vinculado a un descenso del 1,25 % de la brecha de competitividad existente entre las pequeñas y las grandes empresas. También pone de relieve los importantes efectos de la inclusión de disposiciones concernientes a la inversión en los acuerdos comerciales: la inclusión del comercio y la inversión bajo un mismo paraguas se asocia con un incremento del 2 % en el contenido doméstico de las exportaciones de la cadena de valor. Por otra parte, los tratados bilaterales de inversión independientes, que aportan protecciones para la inversión pero no abordan los obstáculos al comercio, no tienen ningún efecto mensurable sobre el valor añadido nacional en las exportaciones.

FIGURA 1 Crecimiento del comercio mundial: tendencias a medio y corto plazo

Panel izquierdo: índice de los volúmenes de exportación mundiales de bienes y servicios donde 2 000=100. (eje derecho) Variación porcentual de los volúmenes de exportación interanuales. Fuente: *Perspectivas de la economía mundial* del FMI, octubre de 2017.

Panel derecho: crecimiento trimestral desestacionalizado de los volúmenes de exportación de mercancías de las economías desarrolladas y en desarrollo. Fuente: Organización Mundial del Comercio.





Los acuerdos comerciales que incluyen disposiciones en materia de inversión son poderosos

Los acuerdos comerciales preferenciales que incluyen disposiciones en materia de inversión tienen un mayor efecto en la integración en la cadena de valor que los tratados bilaterales de inversiones independientes.

Valor añadido nacional (para las exportaciones intermedias)

0 %

Tratados bilaterales de inversiones

+2 %

Acuerdos comerciales que incluyen disposiciones en materia de inversión

Valor añadido exterior (importado para las exportaciones)

+2,8 %

Tratados bilaterales de inversiones

+3,2 %

Acuerdos comerciales que incluyen disposiciones en materia de inversión

Hacer que las iniciativas de integración sean inclusivas y sostenibles

Aunque la exhaustividad de los acuerdos comerciales se asocia a la actividad en la cadena de valor y a un crecimiento de base amplia, estos acuerdos pueden concebirse para incluir objetivos específicos orientados a la inclusión y la sostenibilidad. Por ejemplo, la cantidad de acuerdos comerciales preferenciales que incluyen referencias a la igualdad de género y a las mipymes se ha triplicado desde finales de los años 90. Los acuerdos comerciales también han intensificado sus disposiciones sobre sostenibilidad medioambiental.

Pese a que la fiscalidad tiene importantes consecuencias para los gestores de la cadena de suministro y para el gasto social de los gobiernos, es un elemento que ha quedado mayoritariamente al margen incluso de los acuerdos comerciales más exhaustivos. Es más, la fiscalidad corporativa ha sido objeto de un número creciente de tratados bilaterales que, si bien fueron constituidos para impedir que las corporaciones con operaciones transfronterizas tributarán por los mismos beneficios en dos jurisdicciones distintas, las empresas los han utilizado con ingenio para minimizar sus obligaciones fiscales a escala mundial. Como respuesta, la reciente convención multilateral para aplicar las medidas relacionadas con los tratados fiscales para prevenir la erosión de las bases imponibles y el traslado de beneficios, promete modificar el modo en que se aplican estos tratados sobre la doble tributación.

Una integración regional efectiva que facilite sustancialmente la actividad transfronteriza de la cadena de valor va más allá de la celebración y la ejecución de acuerdos comerciales. Los formuladores de políticas pueden reducir los costos comerciales mediante la creación de una robusta infraestructura regional de transportes, así como de instituciones técnicas regionales dedicadas a la formulación de normas y a la certificación del cumplimiento norma-

tivo. La edición de 2017 de *Perspectivas de competitividad de las pymes* también hace hincapié en el modo en que las instituciones de apoyo al comercio y la inversión (IACI) y las propias empresas pueden ayudar a garantizar que las mipymes puedan aprovechar mejor el potencial que brindan los mercados regionales.

Un plan de acción para las mipymes

Al final, son las propias mipymes las que deciden si introducirse o no en las cadenas de valor. El informe proporciona un plan de acción para que el resultado sea satisfactorio y explica, en primer lugar, cómo maximizar sus oportunidades de acceso a una cadena de valor y, seguidamente, cómo aprovechar al máximo las oportunidades que entraña la participación en la cadena de valor.

- 1. Ser escogidas por los compradores:** los compradores se fijan en diversos aspectos, siendo el más importante de ellos la calidad, seguida de la fiabilidad en la entrega y el precio. Tienden a forjar relaciones a largo plazo con un reducido número de proveedores fiables. Las mipymes pueden demostrar su calidad por medio de la certificación que expiden las normas internacionales pertinentes. La referencia a contratos anteriores puede confirmar una trayectoria de fiabilidad. Indicar el compromiso con el cumplimiento de las normas privadas de la cadena de suministro también podría incrementar el atractivo de las mipymes como proveedoras; una vez seleccionadas, las empresas líderes pueden ofrecer asistencia técnica y financiera relacionada con dicho cumplimiento.
- 2. Realizar operaciones con éxito:** tras acceder a una cadena de valor, las mipymes deben esforzarse por satisfacer las necesidades de los compradores en cuanto a volumen, calidad y eficacia. Deben asegurarse de asumir cláusulas contractuales que sean capaces de cumplir. Una regla de oro útil es prometer menos y cumplir más.

Unas políticas coherentes benefician a todo el mundo

Para obtener los máximos beneficios, las políticas económicas y de inclusividad deben formularse de forma coherente.



3. Escalar o expandirse: para obtener mayor valor de la participación en la cadena de valor, las mipymes deben esforzarse por ascender hacia actividades de mayor valor dentro de la cadena (tales como la producción de piezas en lugar del montaje), o para incorporarse a nuevas cadenas de valor. En las cadenas jerárquicas, el escalamiento puede ser poco realista por la dependencia que tienen las mipymes de la tecnología controlada por la empresa líder. La venta a diversas cadenas refuerza la posición de las mipymes proveedoras en las negociaciones sobre los precios.

Un plan de acción para las IACI

Las IACI, tales como las agencias de promoción del comercio, las cámaras de comercio y las asociaciones empresariales desempeñan una función crítica de ayuda a las empresas, especialmente a las más pequeñas, en ámbitos como el comercio y la inversión. Estas instituciones prestan diversos servicios a los exportadores, desde capacitación hasta labores de intermediación para la obtención de información sobre las normas relacionadas con el comercio y los posibles socios empresariales. Con el crecimiento de las cadenas de valor internacionales y la aparición de exhaustivos acuerdos de integración regional, el apoyo al comercio y la inversión ha adquirido mayor importancia. La edición de *Perspectivas de competitividad de las pymes* de 2017 se fija en la función desempeñada por las IACI para ayudar a las mipymes a aprovechar la integración regional y apunta a posibles fórmulas de colaboración entre las IACI para reforzar su posición competitiva en el comercio mundial:

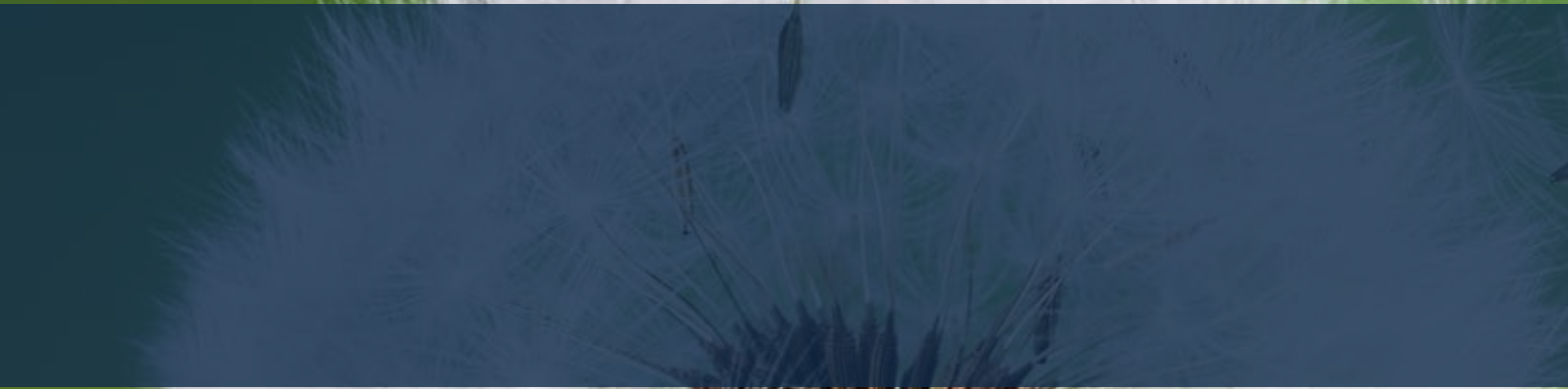
1. Intercambio de información regional: la cooperación mutua de las IACI para facilitar la disponibilidad de la información puede fomentar el comercio regional. Por ejemplo, la creación de portales de información regionales puede ayudar a las em-


presas a mantenerse al tanto de las constantes actualizaciones de las normas y los reglamentos; los directorios de empresas regionales pueden ayudar a las empresas a buscar compradores o proveedores.

2. Estrategias conjuntas: las IACI de una región pueden trabajar conjuntamente en la formulación de estrategias conjuntas para la promoción de la exportación y la creación de marcas regionales, así como para identificar nuevas oportunidades empresariales y complementariedades regionales. La estrategia conjunta de promoción del turismo del Caribe es un ejemplo de ello. La cooperación regional y el fomento de las instituciones pueden ayudar a alinear las políticas nacionales con los objetivos de desarrollo regionales y viceversa.


3. Capacitación conjunta a nivel regional: la cooperación regional en la asistencia técnica en materia de comercio para ayudar a las empresas a aprovechar las oportunidades de la exportación conduce a economías de escala en el desarrollo y la formulación y la impartición curricular.

4. Promoción conjunta del comercio y la inversión: A medida que aumenta la convergencia entre la promoción del comercio y la inversión — en consonancia con su función conjunta en las cadenas de valor multinacionales que predominan cada vez más en la producción y el comercio de mercancías —, la cooperación regional dentro y fuera de las fronteras nacionales podría ayudar a las regiones a atraer una inversión orientada a la cadena de valor que los países podrían tener dificultades para atraer por sí solos.





Intervenciones del ITC:
hacer más y mejor



Consecución de objetivos del ITC en 2017

Las cifras que se incluyen a continuación ofrecen una instantánea de cómo el ITC cumplió su mandato de promover el comercio inclusivo en 2017. Muchos de los objetivos y los indicadores se basan en el marco estratégico 2016-2017 del ITC, que responde a los ciclos bienales de planificación y presupuestos del sistema de las Naciones Unidas.

Si bien los objetivos iniciales quedaron definidos en el Plan Estratégico 2015-2017 del ITC, se han elevado posteriormente —a menudo de manera sustancial— con el fin de garantizar que no vayan a la zaga de las tendencias actuales en términos de cumplimiento.

Fortalecimiento de la integración del sector empresarial en la economía mundial

157 000



usuarios adicionales de inteligencia de mercado han ampliado sus conocimientos acerca del comercio internacional como resultado del apoyo del ITC (objetivo del bienio: 175 000)

Mejor desempeño de las instituciones de apoyo al comercio y la inversión (IACI) en beneficio de las empresas

219



IACI indicaron que el apoyo del ITC les había ayudado a mejorar su desempeño operativo o de gestión (objetivo del bienio: 400)

Mayor competitividad internacional de las empresas

15 200



empresas adicionales recibieron apoyo para la mejora de su competitividad internacional o para conocer a compradores con los que posteriormente realizarían transacciones empresariales (objetivo del bienio: 14 000)

27 000



participantes en cursos de capacitación del ITC (objetivo del bienio: 20.000)

Empoderamiento de las mujeres en la economía mundial

41 %



de las 15 200 empresas adicionales citadas arriba pertenecían a mujeres y estaban gestionadas y controladas por mujeres (objetivo del bienio: 40 %)

980 000



signatarios de la iniciativa SheTrades se comprometieron a conectar a 980 000 mujeres empresarias con los mercados internacionales para 2021 (objetivo para 2021: 3 millones)

Convertir la financiación en comercio

El ITC ha calculado el valor de las transacciones empresariales internacionales generadas gracias a sus intervenciones en 2017. La proyección se basa en tres componentes: opiniones de los usuarios de las herramientas de inteligencia de mercado del ITC; acuerdos y tratos empresariales documentados; y exportacio-

nes adicionales generadas gracias a las mejoras de la eficiencia operativa y en términos de gestión registradas por las 18 IACI que trabajan estrechamente con el ITC.



\$646 millones

de valor estimado de las exportaciones y las inversiones resultantes de la inteligencia de mercado del ITC, las conexiones empresariales y el apoyo a las IACI



\$1 → \$14

El ITC convierte cada dólar de financiación extrapresupuestaria en el equivalente a 14 dólares en términos de transacciones internacionales de exportación e inversión

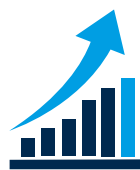
Indicadores clave del desempeño

Los indicadores que figuran a continuación hacen un seguimiento de la prestación de asistencia técnica del ITC y de su esfuerzo de mejora de la eficacia de la organización.



\$85,6 millones

actuaciones del ITC en todos los presupuestos



\$170 millones

en proyectos en tramitación que sientan las bases para el crecimiento futuro (objetivo: **\$175 millones**)



\$137 millones

fondos extrapresupuestarios garantizados para 2018 y en adelante (objetivo: **\$90 millones**)

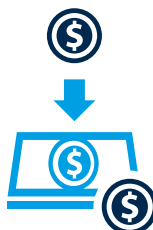


86 % de la asistencia específica nacional se destinó a países prioritarios (objetivo: **80 %**)



96 % de los clientes

valoraron los servicios del ITC positivamente (objetivo: **85 %**)



\$1 → \$22

Con cada dólar invertido en el Fondo de Desarrollo Empresarial del ITC se catalizaron 22 dólares de financiación extrapresupuestaria (real de 2016: **\$21**)



Facilitación de inteligencia comercial y de mercado

Transparencia comercial

El programa sobre Transparencia Comercial del ITC tiene por objeto mejorar las decisiones sobre comercio e inversiones de las empresas, fundamentalmente de las microempresas y pequeñas y medianas empresas (mipymes), las instituciones de apoyo al comercio y la inversión (IACI) y los formuladores de políticas. Más concretamente, el ITC ayuda a las mipymes a orientar mejor sus productos hacia los mercados más prometedores, así como a diversificar sus exportaciones y agregarles valor. El ITC ha desarrollado un conjunto de bases de datos y herramientas en línea para hacer que el comercio mundial sea más transparente y para facilitar el acceso a nuevos mercados.

Resultados principales



\$288 millones en transacciones comerciales propiciadas por las herramientas de inteligencia de mercado del ITC



>700 000 usuarios registrados de las herramientas de análisis de mercados del ITC



>200 000 minutos de tutoriales animados, incluidos 43 vídeos nuevos, visualizados en 107 países



Normas de origen de **20 acuerdos comerciales** clasificadas y divulgadas a través de una nueva aplicación web

Aspectos destacados

De acuerdo con las respuestas obtenidas en una encuesta anual de usuarios, se estima que las herramientas del ITC ayudaron a las empresas a realizar transacciones comerciales por valor de 288 millones de dólares. El ITC capacitó a funcionarios públicos, personal de IACI y mipymes, académicos y periodistas de cerca de 70 países menos adelantados y países en desarrollo en el uso de las herramientas de inteligencia comercial y de mercado, preparándoles para analizar mejor las tendencias de la demanda y la posible competencia en más de 220 mercados.

El ITC, en colaboración con la **Organización Mundial del Comercio (OMC)** y la **Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)**, lanzó el Global Trade Helpdesk a finales de 2017 (véase El ITC innova). El sistema, actualmente en versión beta, será una ventanilla única en la que las mipymes hallarán información sobre sus mercados objetivo, desde aranceles aplicables e impuestos locales hasta explicaciones paso a paso sobre cómo obtener aprobaciones en materia de salud y seguridad, realizar las formalidades previas al envío e identificar a importadores potenciales.

En 2017, el ITC trabajó en la ampliación de la metodología en la que se sustentan sus evaluaciones sobre el potencial de exportación más allá de las mercancías para identificar mercados y sectores de alto potencial en el comercio de servicios. Dicha metodología se extendió paralelamente con el fin de identificar oportunidades de diversificación vertical para el desarrollo de la cadena de valor. Con la aplicación de técnicas estadísticas innovadoras a los datos disponibles sobre los servicios, el ITC puede estimar el valor del posible comercio de servicios entre cualquier par de países; la diferencia existente entre dicha cifra y el valor real de las exportaciones indica el margen que existe para nuevas exportaciones. El análisis detecta, por ejemplo, que Grecia podría diversificarse y dejar de centrarse en otros países de la Unión Europea en cuanto a la exportación de servicios de viajes



1



2

1. Capacitación de expertos en MNA, Nepal 2. Taller sobre herramientas de análisis de mercados para funcionarios de PMA, OMC

para apuntar a China y la India, que ofrecen 2 900 millones de dólares y 98 millones de dólares respectivamente en términos de potencial adicional de exportación. El nuevo indicador de la cadena de valor del ITC identifica posibilidades de diversificación y posibles fuentes de insumos complementarios necesarios para aprovechar las citadas oportunidades, como materiales de embalaje para productos alimentarios procesados. Este método se implantó como piloto en Malawi, donde detectó que en lugar de exportar semillas oleaginosas, el país podría diversificarse e incluir la soja y dirigirse a mercados asiáticos con una demanda elevada tales como Bangladesh, China y la India, u otros más cercanos como Mozambique y Zimbabwe.

El ITC reforzó su herramienta Procurement Map, que brinda información en tiempo real sobre licitaciones públicas en 220 países, incluyendo 700 000 adjudicaciones de contratos de 2015 a 2017, con información sobre las ofertas ganadoras, los baremos financieros y los valores contractuales.

Por último, el ITC empezó a crear la primera base de datos integral sobre normas de origen para acuerdos de libre comercio bilaterales y regionales. El objetivo de la aplicación basada en la web será facilitar a las mipymes información, a nivel de línea arancelaria, sobre los requisitos que deben cumplir los productos para poder beneficiarse de un trato arancelario favorable.

Medidas no arancelarias en bienes y servicios

El programa sobre medidas no arancelarias (MNA) pone en conocimiento de los formuladores de políticas y otras partes interesadas las preocupaciones de las mipymes con respecto a los obstáculos al comercio de procedimiento y reglamentarios, propiciando respuestas concretas y específicas. Aumenta la transparencia de las MNA por medio de la recopilación y la difusión de datos de las empresas y brinda orientación intelectual mediante investigaciones y análisis aplicados, contribuyendo así a la formulación de políticas basadas en datos empíricos y a la reducción de los costos comerciales.

Resultados principales



31 472 reglamentos relacionados con el comercio que abarcan a **100 países** documentados ahora en Market Access Map



4 223 notificaciones de la OMC sobre políticas relativas a MNA de los miembros canalizadas hacia empresas, instituciones de apoyo al comercio y la inversión y formuladores de políticas por medio del sistema ePing



8 países de África Occidental conectados a un mecanismo de alerta sobre obstáculos al comercio regional

Aspectos destacados

Aunque el término «medidas no arancelarias» se acuñó para describir las políticas distintas a los derechos de importación que afectan al comercio de mercancías, lo cierto es que el comercio transfronterizo de servicios está sujeto a una serie de procedimientos y políticas reglamentarias con efectos similares. Esto ha llevado al ITC a desarrollar un componente de servicios para su programa sobre MNA, empezando por los sectores de la tecnología de la información, el turismo y la logística. En 2017, el trabajo estaba listo para el despliegue plurinacional, con un método de encuesta para capturar las experiencias de las empresas con el comercio de servicios que se había probado en más de 75 empresas y asociaciones empresariales de todo el mundo. Los resultados preliminares sugieren que, además de identificar los obstáculos al comercio, la encuesta recabará datos e indicios nuevos sobre las actividades de las mipymes de los países en desarrollo en el comercio internacional de servicios. En 2018, la encuesta sobre los servicios complementará a la encuesta sobre MNA aplicables a las mercancías que realiza el ITC desde hace años.



1. Evento sobre MNA para partes interesadas, Nepal 2. Presentación de informes sobre MNA y estrategias de exportación en Nepal

El incremento de la base empírica sobre los obstáculos al comercio relacionados con las MNA sigue siendo un aspecto importante de la labor del ITC. La serie sobre MNA llegó a las 32 publicaciones con los nuevos ejemplares sobre **Bangladesh, Benin, Nepal y Filipinas**. Estos informes documentan los obstáculos al comercio de procedimiento y reglamentarios que afectan a las mipymes y ofrecen recomendaciones sobre cómo reducir esos efectos sin socavar los objetivos legítimos para los que se concibieron las MNA. Los resultados de la encuesta documentaron las aportaciones del ITC a los documentos de política estratégica, tales como cuatro estrategias sectoriales de exportación, así como el contenido de los programas del capacitación del ITC y sus intervenciones en los debates políticos. Con más de 22 000 visitas en 2017, la web www.ntmsurvey.org sigue siendo una de las principales herramientas de divulgación de información concerniente a experiencias de las empresas con las MNA.

En 2017, el ITC siguió invirtiendo en el aseguramiento de la transparencia con respecto a los reglamentos relacionados con el comercio. El conjunto de herramientas de inteligencia de mercado del ITC incluye ahora MNA aplicadas por 100 países. Por otra parte, el sistema ePing operado por el ITC en colaboración con la **OMC** y el **Departamento de Asuntos Económicos y Sociales de las Naciones Unidas** envía información en tiempo real sobre las notificaciones oficiales de los gobiernos a la OMC relativas a cambios en las medidas de seguridad y salud y reglamentarias —más de 4 000 solo en 2017— a un grupo de usuarios registrados cada vez más nutrido y que ya supera los 3 000. El ITC lidera un grupo de trabajo de expertos internacionales sobre normas de origen, contribuyendo al trabajo conceptual sobre clasificación sistemática y conocimiento de las MNA.

Además, en 2017 se creó el primer mecanismo de alerta sobre obstáculos al comercio regional, que abarca ocho países de la **Unión Económica y Monetaria de África Occidental (UEMAO)**, más conocida por sus siglas en francés, UEMOA). Este sistema permite a las mipymes informar sobre cuellos de botella relacionados con el comercio a las instituciones nacionales y regionales con el fin de que puedan ser abordados en tiempo real. Se basa en la experiencia del ITC en la creación de mecanismos

similares para países concretos tales como Côte d'Ivoire y Mauricio, y se desplegará completamente en 2018 para respaldar una serie de reformas de facilitación del comercio en la región en las que el ITC está brindando su apoyo.

Inteligencia competitiva

El Programa sobre Inteligencia Competitiva ofrece capacitación, servicios de asesoramiento y soluciones en línea para reforzar la capacidad de las IACI para proporcionar a los clientes inteligencia personalizada sobre su entorno competitivo. Colabora estrechamente con otros programas del ITC para complementar los proyectos con la inteligencia comercial que necesitan las mipymes para aprovechar al máximo las oportunidades del mercado internacional. El programa también ayuda a estas empresas a definir sus necesidades en materia de información, identificar oportunidades y anticipar riesgos.

Resultados principales



16 funcionarios de la UEMOA

capacitados en la creación de sistemas de seguimiento de información comercial



5 381 sesiones de usuarios

sobre el portal de información comercial de las Bahamas



3 cursos en línea de inteligencia competitiva a través de la Academia de Comercio para Pymes del ITC

Aspectos destacados

En 2017, el ITC trabajó con varias IACI que habían solicitado ayuda para reforzar su capacidad de gestión de la inteligencia competitiva.



3



4

3. © shutterstock.com 4. Portal de información comercial de las Bahamas

En las **Bahamas**, el ITC creó un portal de información comercial de las Bahamas (www.bahamastradeinfo.gov.bs), concebido como una ventanilla única de información para las empresas locales interesadas en emprender la actividad comercial. El portal facilita a los empresarios información sobre los mercados objetivo tales como otras islas del Caribe, el Canadá, el Reino Unido y los Estados Unidos, y abarca sectores clave tales como el de los cosméticos, los productos farmacéuticos, las bebidas, el marisco, las industrias creativas y los servicios financieros.

Además, el portal es un escaparate de empresas locales, productos, servicios y oportunidades empresariales para posibles inversores y socios empresariales internacionales. El sistema de información en línea también sirve como puerta de acceso a otros servicios de inteligencia comercial tales como el propio Trade Map del ITC, así como a bases de datos gestionadas por el Gobierno de los Estados Unidos y el Centro de Fomento de las Importaciones de los Países en Desarrollo (CBI) del Gobierno de los Países Bajos.

En el bloque de la **UEMOA**, el ITC sentó las bases de un portal de información regional denominado ConnectUEMOA. Organizó, y capacitó a, una red de IACI para la recopilación y el intercambio de información sobre las 20 exportaciones principales de cada uno de los 8 países participantes: Benin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Guinea Bissau, Malí, Nigeria, el Senegal y Togo. Para promocionar el comercio y apoyar una toma de decisiones más fundamentadas, el nuevo portal, que se pondrá en marcha en 2018, facilitará noticias e información de mercado actualizada, así como una base de datos de empresas regionales y oportunidades empresariales. El sistema incluirá también una tienda virtual de productos tales como cápsulas de café de Côte d'Ivoire, manteca de karité de Burkina Faso, zumo de piña de Benin y productos del baobab del Senegal.

La Academia de Comercio para Pymes del ITC incluye ahora un curso sobre inteligencia competitiva en el que se prepara a los participantes —que en su mayoría trabajan para IACI— para la creación de soluciones en línea que permitan hacer un seguimiento de información sobre productos y mercados de interés para sus clientes, y divulgarla.

Financiadores de 2017

Financiadores principales

Alemania, Canadá, China, Finlandia, India, Irlanda, Noruega, Suecia

Financiadores específicos del proyecto

Banco de Desarrollo del Caribe, Centro Islámico para el Desarrollo del Comercio, Estados Unidos, Federación Europea de Fabricantes de Alimentos Compuestos para Animales, Indonesia, ITHRAA Omán, Instituto Universitario Nacional de Estudios de Políticas, Organización Internacional del Trabajo, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, República de Corea, Sime Darby, Sudáfrica, Unión Europea

ESTUDIO DE CASO

Capacitar a diplomáticos sudafricanos para que ayuden a las empresas a acceder a nuevos mercados



El desafío

Al igual que a muchos países en desarrollo, a Sudáfrica le interesa utilizar el comercio para ayudar a satisfacer las expectativas de los votantes en materia de crecimiento y empleo, y diversificar su economía más allá de la dependencia de los productos primarios. Aunque el país es un participante activo de foros económicos y diplomáticos internacionales tales como el grupo de las 20 naciones principales y la Organización Mundial del Comercio, los formuladores de políticas sudafricanos quieren utilizar los mercados mundiales para aumentar los flujos de comercio e inversión, particularmente en los sectores intensivos en mano de obra.

El Libro Blanco sobre Política Exterior de Sudáfrica de 2011 encarga a los diplomáticos la tarea de orientar al Gobierno y al sector empresarial sobre los avances económicos y de mercado y sobre los mercados, y de aumentar la competitividad de los bienes y servicios sudafricanos en los mercados regionales y mundiales. Según estimaciones del ITC, Sudáfrica presenta en la actualidad un potencial de exportación sin explotar de 31 400 millones de dólares, gran parte del cual se sitúa en sectores que no están relacionados con los minerales, tales como la manufactura y la agricultura, que representarían un importante porcentaje de los 74 100 millones de dólares en exportaciones de mercancías registrados por dicho país en 2016.

En el marco de ese viraje hacia una diplomacia más orientada económicamente, el Gobierno se esforzó en preparar mejor a sus diplomáticos con el fin de que identificaran oportunidades comerciales y ayudasen a las empresas sudafricanas a perseguir sus intereses económicos en los mercados internacionales. Al mismo tiempo, quería crear un programa de capacitación interno para velar por que los diplomáticos y otros funcionarios tuvieran las herramientas y conocieran el lugar que ocupa el país en la economía mundial para formular políticas apropiadas.

La respuesta

El Departamento de Relaciones Internacionales y Cooperación (DIRCO) de Sudáfrica solicitó al ITC que liderara 2 talleres de capacitación para 36 de sus funcionarios en 2017. En el primero se hizo una introducción para los funcionarios ejecutivos y de sección nacionales sobre el uso de las herramientas de inteligencia de mercado del ITC, tales como Trade Map, que ofrece estadísticas actualizadas e indicadores de tendencias de mercado correspondientes a 220 economías, y Market Access Map, que incluye datos sobre aranceles y reglamentos relacionados con las importaciones. Con ello se pretendía prepararles para la realización de investigaciones y para dar respuesta a las consultas relacionadas con las oportunidades de exportación; la elaboración de estudios de viabilidad sobre el acceso al mercado en sectores de alto potencial; y la contribución al diseño de estrategias eficaces para las empresas sudafricanas interesadas en penetrar en nuevos mercados.

En el segundo taller se capacitó a un reducido número de participantes para que capacitaran a otros en el uso de las herramientas de inteligencia de mercado del ITC. Ocho de ellos obtuvieron la certificación para enseñar a otros funcionarios de DIRCO a realizar análisis de mercado y exhibir el atractivo de la economía de Sudáfrica ante posibles inversores y socios comerciales.

Los resultados

Los participantes declaran que la capacitación, que concluyó en junio, les ha ayudado a analizar mejor los mercados y a tomar decisiones relacionadas con el comercio. En octubre de 2017, DIRCO encargó a uno de los capacitadores certificados, Ogaufi Masibi-Mampane, la tarea de capacitar a compañeros de dicho departamento, incluidos futuros jefes de misiones diplomáticas, sobre la realización de análisis de mercado.



1.-3. Capacitación de diplomáticos de Sudáfrica sobre las herramientas de inteligencia de mercado del ITC

«Creo que la capacitación que recibí sobre las herramientas de análisis de los mercados del ITC me ha preparado para analizar las oportunidades de comercio e inversión. Seré capaz de promocionar eficazmente las exportaciones de Sudáfrica y fomentar una inversión y un comercio sostenibles, inclusivos y mutuamente beneficiosos.»

Andrew Adams, funcionario de comercio de Sudáfrica

«La capacitación tuvo una acogida muy buena», afirmó. «Los jefes de misión se mostraron muy interesados en utilizar las herramientas del ITC por sí mismos. Elogiaron tanto la capacitación como las herramientas e instaron a que se sigan impartiendo más capacitaciones de este tipo».

Andrew Adams, otro funcionario, se unió al consulado de Sudáfrica en Milán como Cónsul de Comercio en enero de 2018.

«La diplomacia ha cambiado en la era moderna de un enfoque político a un enfoque más económico», afirmó. «Si un diplomático quiere vender satisfactoriamente su país, necesita las competencias pertinentes, una capacitación adecuada y, lo que es más importante, herramientas».

Ha habido ocasiones en que las oportunidades económicas se han visto entorpecidas por la falta de preparación y planificación con respecto a los análisis de mercado, unas situaciones que podrían haberse evitado con una investigación y unos análisis óptimos. Creo que la capacitación que recibí sobre las herramientas de análisis de los mercados del ITC me ha preparado para analizar las oportunidades de comercio e inversión. Seré capaz de promocionar eficazmente las exportaciones de Sudáfrica y fomentar una inversión y un comercio sostenibles, inclusivos y mutuamente beneficiosos».

El futuro

El ITC realizó una labor de capacitación similar en Nepal y Ucrania en 2017, con programas previstos en 2018 para siete países de Asia Central y la isla caribeña de Santa Lucía.

De cara al futuro, el ITC tiene previsto crear una red de capacitadores certificados en investigación y análisis de mercados. El programa tendrá por objeto sumar la nada desdeñable cifra de 25 capacitadores al año en países en desarrollo y la incorporación de un portal de redes en línea que ofrecerá cursos de perfeccionamiento, apoyo para la enseñanza y actualizaciones sobre los nuevos avances en el conjunto de herramientas de análisis de mercados del ITC.



Financiador

Sudáfrica

ESTUDIO DE CASO

Utilizar las encuestas empresariales para ayudar a mipymes de Filipinas a superar los obstáculos a la exportación



El desafío

El cumplimiento de los reglamentos técnicos y las normas sobre los productos constituye un elemento cada vez más importante de los negocios, ya sea internacionalmente o dentro del propio país, para las empresas de todo el mundo. Los costos fijos asociados al cumplimiento con los complejos y cambiantes requisitos de calidad de los mercados objetivo suelen suponer un problema para las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) de los países en desarrollo.

Las empresas encuestadas por el ITC en relación con las medidas no arancelarias (MNA) suelen indicar que los requisitos técnicos y los procedimientos de evaluación de la conformidad representan importantes obstáculos para el éxito de las exportaciones. Buen ejemplo de ello son las empresas de Filipinas, donde prácticamente tres cuartas partes de las 1 150 empresas encuestadas en 2015 y 2016 por el ITC en colaboración con el Departamento de Comercio e Industria de Filipinas afirmaron que la existencia de onerosos reglamentos dificultaba su capacidad de comerciar. Casi el 60 % de los obstáculos a la exportación declarados por las empresas filipinas se refieren a medidas entre las que figuran requisitos relativos a la certificación de productos, la realización de pruebas y el etiquetado. Aunque los reglamentos onerosos para las empresas suelen proceder de socios comerciales, muchos de los procedimientos nacionales asociados al comercio transfronterizo resultan también innecesariamente complicados.

Para Oryspa Spa Solutions, una empresa filipina de productos de salud y belleza, los efectos de los elevados costos locales de fabricación sobre su competitividad en materia de exportación se ven agravados por los complejos requisitos de documentación de los procedimientos de exportación, así como de expedición y logística.

La respuesta

Tras la encuesta empresarial, el ITC y el Departamento de Comercio e Industria utilizaron los resultados para formular recomendaciones concretas para abordar los obstáculos al comercio identificados, haciendo hincapié en la aceleración del cumplimiento de los productos filipinos con reglamentos extranjeros. Las recomendaciones, que apelaban a la asistencia técnica y el perfeccionamiento de la capacidad de las mipymes para cumplir con los requisitos relativos a las pruebas, la certificación, la fumigación y el etiquetado, se reflejaron en el plan nacional de desarrollo de las exportaciones concebido para reorientar la economía más allá del consumo, hacia la inversión y las exportaciones.

Al mismo tiempo, el ITC trabajó para ayudar a una serie de empresas filipinas seleccionadas a poner sus recomendaciones en práctica. En el marco de su iniciativa de consultoría sobre gestión de la calidad de las exportaciones, en colaboración con la República de Corea, expertos procedentes de la Corporación de Pequeñas y Medianas Empresas (SBC) de la República de Corea visitaron Filipinas a finales de 2017 para prestar servicios integrales de consultoría a cinco mipymes, entre ellas, Oryspa y Herbanext Laboratories, una empresa filipina productora de extractos de hierbas interesada en acceder a los mercados internacionales.

Los expertos de la SBC, una organización pública sin fines de lucro que apoya el crecimiento y la competitividad del sector de las mipymes en la República de Corea, capacitaron a miembros del personal de las cinco empresas sobre cómo crear y mantener sistemas de gestión de la calidad en consonancia con la norma ISO 9001, una norma internacional esencial para este tipo de sistemas. El objetivo era preparar a las empresas para mejorar la calidad de los productos y los procesos de fabricación.



2

1. Capacitación sobre gestión de calidad en Herbanext Laboratories, Filipinas



3

2. Capacitación sobre gestión de calidad en Oryspa, Filipinas

3. Mesa redonda nacional sobre MNA, Filipinas

Los resultados

Para Nora K. Terrado, subsecretaria del Departamento de Comercio e Industria, las recomendaciones representaron un ejercicio de formulación conjunta de políticas basada en datos empíricos para reducir los obstáculos nacionales y exteriores al comercio.

«Si trabajamos juntos, podremos identificar proyectos concretos, remedios y soluciones que permitan formular mejores políticas, así como planes de acción nacionales y sectoriales», afirmó. Su departamento ha tratado de responder a las recomendaciones derivadas de la encuesta con la celebración de seminarios sobre fumigación y nuevas normas internacionales y trabajando en acuerdos de reconocimiento mutuo que ayuden a los organismos filipinos de certificación a gozar de mayor reconocimiento en los mercados internacionales.

Las empresas filipinas participantes en la capacitación liderada por la SBC se mostraron seguras de que la capacitación impartida por los expertos de la República de Corea les ayudará a superar los cuellos de botella asociados a las exportaciones.

Pat De Ramos, responsable de relaciones de franquicias de Oryspa, afirmó que la capacitación ayudará a su empresa a mejorar los sistemas de gestión de la calidad y la cultura corporativa; ahora está perfeccionando sus indicadores clave del rendimiento.

Philip S. Cruz, presidente de Herbanext Laboratories, declaró que la capacitación sobre la mejora de la configuración y el saneamiento de las plantas ayudará a la empresa a mejorar en el cumplimiento de los requisitos de calidad internacionales. Una de las técnicas estaba relacionada con la ejecución de la metodología de las 5S, un método de organización del lugar de trabajo nacido en el Japón y diseñado para potenciar al máximo la eficiencia y la seguridad y reducir al mínimo los desperdicios.

«Si trabajamos juntos podremos identificar proyectos concretos, remedios y soluciones que permitan formular mejores políticas, así como planes de acción nacionales y sectoriales.»

Nora K. Terrado,
Subsecretaria del Departamento de Comercio e Industria de Filipinas

El futuro

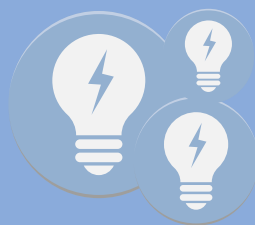
Además de en Filipinas, la iniciativa de consultoría sobre gestión de la calidad de las exportaciones del ITC está impartiendo capacitación a mipymes del Perú, fundamentada también en las conclusiones extraídas de las encuestas empresariales sobre MNA. Continuando con el modelo de la cooperación triangular, la SBC de la República de Corea seguirá brindando asesoramiento, ampliándolo a nuevas empresas y países que lo soliciten. Los resultados de la encuesta sobre MNA se utilizarán para adaptar las actividades de la capacitación y para identificar a las empresas que puedan beneficiarse de ella.



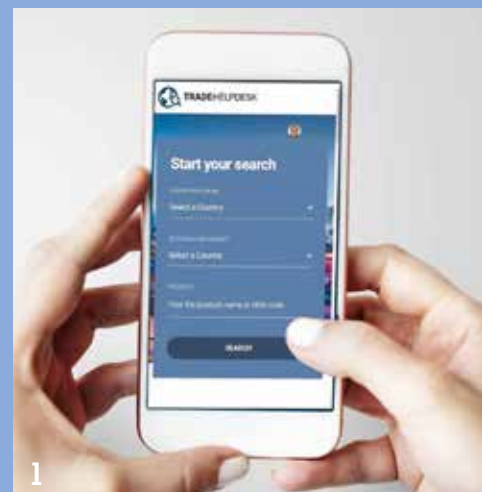
Financiadores

Reino Unido, República de Corea

EL ITC INNOVA



Global Trade Helpdesk: una ventanilla única de acceso a la información de mercado para las mipymes



El desafío

En el mundo de los negocios, el tiempo es dinero y el conocimiento es poder. La obtención de la información necesaria para comerciar con otros países representa un proceso que requiere tiempo y dinero para las empresas, de una forma desproporcionada en el caso de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes). En otras palabras, para las mipymes, el acceso a la información representa un obstáculo a la participación en los mercados mundiales.

En la última década, los gobiernos nacionales, las empresas privadas y los organismos internacionales han desarrollado y publicado en Internet numerosos recursos de información para la facilitación del comercio, desde el conjunto de recursos de información digital del ITC hasta servicios comerciales de pago, pasando por herramientas para desenvolverse en el ámbito arancelario que ofrecen datos sobre las importaciones y las exportaciones. La gran cantidad de herramientas independientes, cada una de las cuales ofrece respuestas a distintas preguntas con distintos niveles de calidad, se convierte en un laberinto inesperado de servicios digitales en línea para las mipymes, saltándose el objetivo de facilitar el acceso a la información.

Las empresas encuestadas por el ITC señalan habitualmente el acceso a la información como un obstáculo clave para el aumento de su participación en el comercio transfronterizo; los delegados de los países pertenecientes al grupo de trabajo Amigos de las Mipymes también se manifestaron en esos términos durante un taller de la Organización Mundial del Comercio (OMC) celebrado en 2017, y añadieron que las soluciones pasaban por una adaptación específica para cada lugar.

La solución

Conjuntamente con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y la OMC, el ITC lanzó en diciembre de 2017 la iniciativa Global Trade Helpdesk. Concebido como una herramienta centralizada y fácil de usar para solucionar el problema del acceso a la información, este servicio de asistencia será una ventanilla única para las mipymes que les ofrecerá acceso a información sobre aranceles, requisitos de mercado no arancelarios, procedimientos y documentación sobre el comercio, oportunidades empresariales y el panorama político.

El ITC, la UNCTAD y la OMC aportan perspectivas complementarias para abordar el tema de la información comercial. Las tres organizaciones ya están colaborando en la compilación y la difusión de datos sobre los aranceles aplicados y las medidas no arancelarias. Con su colaboración en el Global Trade Helpdesk intensificarán su impacto en la transparencia para las empresas.

La información del servicio de asistencia se puede adaptar en función de los productos y del país de origen y destino en cuestión. Por ejemplo, una empresa radicada en Bangladesh que esté interesada en exportar gambas a Francia podrá acceder a información sobre los aranceles aplicables (ninguno, gracias a las preferencias comerciales de la Unión Europea (UE) para los países menos adelantados), impuestos pertinentes tales como el 20 % del impuesto sobre el valor añadido de Francia, y normas europeas de salud y seguridad con las que tendrán que cumplir las gambas. En el servicio de asistencia, la empresa hallará explicaciones paso a paso sobre los procedimientos relacionados con el comercio y los requisitos en materia de documentación con los que tendrá que cumplir para enviar gambas a la UE. También hallará una lista de importadores de gambas de Francia, junto con datos sobre las tendencias de la demanda y las fechas y lugares de las ferias de comercio. Este es el tipo de información que suelen tener problemas para encontrar las mipymes.



2



3

1. y 3. Escritorio y aplicación para dispositivos móviles de Global Trade Helpdesk ©shutterstock.com 2. Lanzamiento de la iniciativa Global Trade Helpdesk, Buenos Aires

El servicio de asistencia disponible en línea por el momento es una versión beta, lo que quiere decir que es una versión preliminar a la que se irán añadiendo datos paulatinamente durante un período de tres años, inicialmente por parte del ITC y, poco a poco, de organizaciones de los países que abarca el sistema. Entre las acciones futuras se incluirá el envío por correo electrónico de alertas sobre sectores y mercados de interés para los usuarios y paneles de control personalizados con la información más relevante para la empresa del usuario.

El servicio de asistencia se ha presentado al grupo de trabajo Amigos de las Mipymes y a distintas audiencias durante el Foro Público de la OMC y también durante su Conferencia Ministerial celebrada en Buenos Aires. La respuesta ha sido tremendamente positiva.

El Global Trade Helpdesk será una ventanilla única para las mipymes que les ofrecerá acceso a información sobre aranceles, requisitos de mercado no arancelarios, procedimientos y documentación sobre el comercio, oportunidades empresariales y el panorama político.

El futuro

Además de valerse de los datos del ITC, la UNCTAD y la OMC, el servicio de asistencia obtendrá recursos de una serie de organizaciones internacionales y bancos de desarrollo, como el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) y el Grupo Banco Mundial. Está previsto que el portal HelpMeTrade.org esté plenamente operativo en 2020.

El objetivo del servicio de asistencia no es tan solo difundir información sino también recopilarla. En los países en desarrollo y en los países menos adelantados, el ITC y sus socios ofrecerán apoyo personalizado a las administraciones nacionales, así como a las instituciones educativas y de otra índole, como por ejemplo, los organismos de promoción del comercio, para superar las limitaciones de capacidad a la hora de obtener y actualizar la información comercial. Con ello se pretende empoderar a las partes interesadas locales para que actualicen el servicio de asistencia y desarrollen interfaces nacionales o regionales. Por otra parte, las interfaces nacionales y regionales servirán simultáneamente para el cumplimiento de los compromisos adquiridos por los gobiernos en el marco del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la OMC de publicar información en línea sobre los trámites fronterizos de un modo claro y accesible.



Financiadores

Alemania, Suiza

Asociados

BID, UNCTAD, ONUDI, Banco Mundial, Organización Mundial de Aduanas, OMC



Creación de un entorno propicio a la actividad empresarial

Estrategia para el desarrollo del comercio

El programa Estrategia para el Desarrollo del Comercio permite a los encargados de la toma de decisiones de los países asociados identificar las prioridades, fijar la senda de las políticas y tomar medidas para integrar mejor sus economías en el comercio y la inversión internacionales. Mediante el diseño y la gestión de estrategias sectoriales, nacionales y regionales, el objetivo del programa consiste en lograr que el comercio orientado al mercado alcance mayores cotas de resultados— especialmente en el caso de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) – con el fin de mejorar el crecimiento, la creación de empleo y los niveles de vida.

Resultados principales



\$130 millones asignados por Sri Lanka para la aplicación de las recomendaciones de la estrategia nacional de exportación



11 soluciones estratégicas ejecutadas en 8 países



Creación de 7 plataformas para el diálogo público-privado para gestionar, supervisar y medir la ejecución de las estrategias

Aspectos destacados

En **Sri Lanka**, el ITC facilitó el diseño de una nueva estrategia nacional de exportación (ENE), incorporando perspectivas de centenares de partes interesadas, entre ellas el Gobierno; organizaciones de promoción del comercio; grupos del sector privado (como cámaras de comercio); y asociaciones empresariales sectoriales y asociados para el desarrollo, incluido el Banco Mundial. El Gobierno de Sri Lanka ha destinado 130 millones de dólares a la ejecución de iniciativas relacionadas con la ENE en ámbitos tales como las infraestructuras, las reformas legales y la creación de marcas.

En **Mauricio**, el ITC apoyó la formulación y el lanzamiento de una ENE, la primera del país. En el presupuesto nacional se incluyeron varias recomendaciones de la ENE. El presupuesto aporta financiación para iniciativas como la creación de incubadoras empresariales basadas en la exportación; la ejecución de reformas para atraer inversión extranjera directa (IED); la simplificación de la certificación para los exportadores en sectores prioritarios; y el respaldo de la promoción del comercio para asociaciones de mujeres empresarias.

En **Nepal**, el ITC facilitó la formulación de cuatro estrategias de exportación por sectores para aumentar la competitividad internacional y la penetración en el mercado de productos nacionales como el té, el café, el cardamomo negro y el papel hecho a mano. El ITC facilitó análisis de la cadena de valor y se aseguró de que todas las hojas de ruta de las políticas reflejaran la aportación de los sectores público y privado.

En el marco del programa Empoderamiento de los Jóvenes (YEP) del ITC en **Gambia**, una Hoja de Ruta Estratégica para el Desarrollo de los Jóvenes y el Comercio identificó los sectores



1



2



3

1. Estrategia nacional de exportación, Mauricio 2. y 3. Producción de papel de Lokta, Nepal

con alto potencial de crecimiento y empleo y estableció las reformas políticas y las inversiones educativas necesarias para transformar las oportunidades en actividad empresarial y empleos. Estas recomendaciones, que empezarán a aplicarse a principios de 2018, abarcarán, entre otros sectores, el de la agricultura; la manufactura ligera; el turismo; la tecnología de la información y las comunicaciones (TIC); y el transporte y la logística.

El ITC apoyó a **Ucrania** en la formulación de una Hoja de Ruta para el Desarrollo Estratégico del Comercio que articula la visión del país, sus objetivos y sus prioridades en relación con el desarrollo de las exportaciones y la competitividad. Este documento gozó de una acogida tan positiva que Ucrania pidió ayuda al ITC para la formulación de una ENE integral en 2018. En **Santa Lucía**, el ITC y el Gobierno están elaborando una hoja de ruta similar para la formulación de una ENE financiada conjuntamente. En **Malí**, una Hoja de Ruta para el Desarrollo Estratégico del Comercio establecía un plan orientado al mercado para promover la agregación de valor y las exportaciones en sectores tales como el del cuero y las pieles; el karité; el mango; el sésamo; los textiles y la confección; y la tecnología de la información y las comunicaciones.

En el **Afganistán**, el ITC coordinó un proceso consultivo en el que participaron líderes industriales, propietarios de pequeñas empresas, agricultores y formuladores de políticas de toda la nación para conocer los obstáculos a la integración del país en los mercados regionales y mundiales (véase el estudio de caso), y las oportunidades que dicha integración ofrece. Estas perspectivas guiaron la formulación de la ENE del Afganistán, que estará finalizada para 2018, así como de un documento complementario, una política comercial nacional, que respaldará el proceso de reforma política e institucional.

El ITC y la **Organización Mundial del Turismo** (OMT) formularon una metodología para la estrategia de exportación del turismo que brinda un plan de acción para los países interesados en desarrollar sectores turísticos competitivos.

Facilitación del comercio

El Programa sobre Facilitación del Comercio trabaja con formuladores de políticas y con el sector privado para reducir los costos asociados a los negocios transfronterizos abordando para ello los obstáculos no arancelarios y simplificando los trámites fronterizos, también mediante la ejecución del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC) de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Además, ayuda a las instituciones regionales a establecer procesos y mecanismos para ejecutar el AFC de un modo armonizado a escala regional.

Resultados principales



Empresas de **19 países** capacitadas en el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la OMC



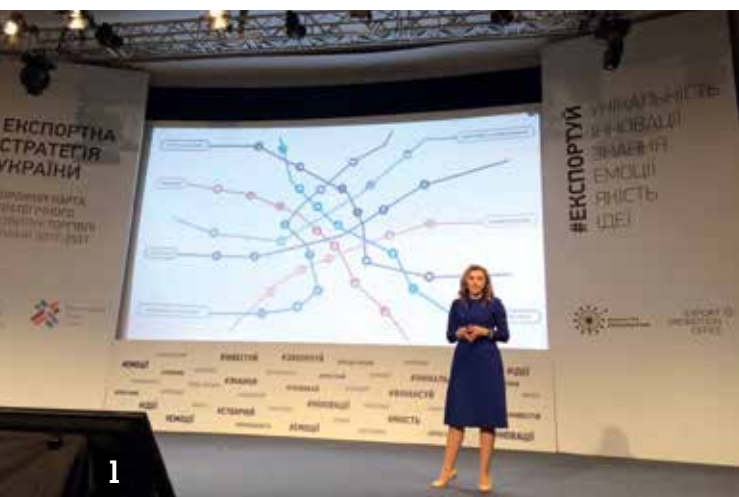
Respaldo a la creación de un **Comité Regional de Facilitación del Comercio** para la Unión Económica y Monetaria de África Occidental



Desarrollo de un modelo de **portales de información sobre facilitación del comercio** armonizados regionalmente en la Comunidad de África Oriental

Aspectos destacados

En 2017, el ITC partió de su trabajo anterior en la **Unión Económica y Monetaria de África Occidental** (UEMOA, también conocida como UEMOA), formada por ocho miembros, para ayudarle a crear un Comité Regional de Facilitación del Comercio (CRFC). Será el primer comité de este tipo en coordinar y supervisar la ejecución del AFC a escala regional. Su motivación es la de crear un entorno comercial más predecible en la región, con el consiguiente impulso del comercio intrarregional, así como los intercambios comerciales con el resto del mundo.



1



2

1. Lanzamiento de la hoja de ruta para el desarrollo estratégico del comercio, Ucrania 2. Taller sobre hojas de ruta para el desarrollo estratégico del comercio, Santa Lucía

Los miembros de la UEMOA aprobaron en 2017 la estructura de gobernanza del CRFC y su mandato, y está previsto que el comité esté formalmente constituido en 2018. El ITC ya había ayudado anteriormente a los miembros de la UEMOA a alcanzar el consenso de todo el bloque con respecto a qué compromisos del AFC ejecutar inmediatamente y cuáles ejecutar tras la recepción de la asistencia técnica y financiera.

La organización también prestó asistencia a la UEMOA con los preparativos para la digitalización de su certificado de origen, el documento que permite que los productos originarios de los Estados miembros circulen libremente por la región sin que se les aplique el arancel exterior común del bloque. El ITC examinó las leyes en vigor y formuló recomendaciones sobre cómo implementar el nuevo certificado electrónico, que reducirá los costos para los comerciantes de la región.

En la **Comunidad de África Oriental**, el ITC se asoció con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) para crear un modelo armonizado para las plataformas en línea cuya creación exige el AFC a todos los miembros de la OMC para ofrecer a los comerciantes un fácil acceso a la documentación aduanera y a la información sobre los trámites fronterizos. El primer portal se lanzó en Kenia a finales de 2017 y está prevista la puesta en marcha de otros tres portales nacionales en 2018. Un modelo común regional para estas plataformas facilitará las comparaciones transnacionales.

El ITC publicó una metodología detallada para la ejecución del AFC a escala regional. El informe *Charting a roadmap to regional integration with the WTO Trade Facilitation Agreement* (Trazar una hoja de ruta hacia la integración regional con el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la OMC), ayudará a los formuladores de políticas a impulsar el comercio entre los países vecinos mediante la ejecución regional del AFC.

El ITC también ha proseguido con su trabajo de capacitación a las empresas —más de 450 tan solo en 2017, de 19 países— con respecto a los beneficios de la facilitación del comercio (véase el estudio de caso).

Apoyo a las negociaciones comerciales y a la reforma política

El Programa de Apoyo a las Negociaciones Comerciales y a la Reforma Política ayuda a las cámaras de comercio y sus organizaciones empresariales a articular las visiones empresariales y participar eficazmente en los procesos políticos para garantizar que las negociaciones comerciales, las políticas nacionales y las reformas normativas reflejen una perspectiva del sector privado bien informada. El ITC colabora asimismo con los formuladores de políticas para ayudarles a comprender mejor las perspectivas empresariales.

Resultados principales



2 políticas comerciales nacionales formuladas en el Afganistán y en Tonga con la asistencia técnica del ITC



2 negociaciones bilaterales sobre la adhesión a la OMC cerradas por el Sudán con el apoyo del ITC

Aspectos destacados

En **Tonga** y el **Afganistán**, el ITC apoyó a sus respectivos Ministerios de Comercio en la formulación de los documentos de su política comercial nacional. Ambas recogen reformas facilitadoras del comercio diseñadas para incrementar la capacidad de las instituciones nacionales, creando entornos políticos propicios para las empresas y ejecutando reglamentos acordes con los compromisos regionales e internacionales. Se redactaron en el marco de un proceso iterativo con aportaciones de asociaciones del sector privado; expertos locales e internacionales; y consultas con partes interesadas nacionales y también regionales. El Primer Ministro de Tonga ha dado su respaldo a la ejecución de la política comercial nacional en este reino isleño del Pacífico. El documento del Afganistán se presentará ante el Consejo Superior de Economía para su aprobación a comienzos de 2018.



3



4



5

3.-4. Presentación de la etiqueta para la piña, Benin 5. Estrategia nacional de exportación, Afganistán

En 2017, el ITC siguió apoyando la candidatura en curso del **Sudán** para adherirse a la OMC, prestando servicios de asesoramiento a Jartum durante la ultimación de dos de las negociaciones bilaterales de acceso al mercado que representan un componente esencial del proceso de adhesión. El ITC también ayudó al Sudán a formular su oferta de servicios y compromisos de apertura de mercado, así como a responder a las preguntas formuladas por los miembros de la OMC relativas al Memorando sobre el Régimen de Comercio Exterior que había presentado ante el órgano de comercio mundial en 2016.

Tras la renovación de la prórroga del acceso al comercio en condiciones preferenciales concedida a las exportaciones de **Sri Lanka** en el marco del Sistema Generalizado de Preferencias Plus (GSP+) de Bruselas, el ITC trabajó para ayudar a las empresas de Sri Lanka a maximizar el uso de dicho sistema. La organización ayudó a los funcionarios del Gobierno de Sri Lanka a comprender mejor los requisitos de cumplimiento con el GSP+ de la UE y complementó esta labor con una guía empresarial publicada en inglés, ceilanés y tamil que explica cómo pueden utilizar el sistema los principales sectores de exportación.

También en Sri Lanka, el ITC apoyó a dos instituciones locales, el Instituto de Posgrado de Gestión y el Instituto Nacional de Exportaciones, con la inclusión de dos planes de estudios nuevos sobre formulación de política comercial en sus ofertas de capacitación. El ITC trabajará con ellos en el desarrollo de nuevos módulos de capacitación.

Financiadores de 2017

Financiadores principales

Alemania, Canadá, China, Finlandia, India, Irlanda, Noruega, Suecia

Financiadores específicos del proyecto

Alemania, Banco de Desarrollo de Qatar, Banco de Desarrollo del Caribe, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, Finlandia, Italia, Japón, Suiza, Unión Europea

ESTUDIO DE CASO

Incluir la voz del sector privado en las reformas de la facilitación del comercio



El desafío

La velocidad y la eficiencia son esenciales en los sectores modernos de producción y comercio de bienes. Los procedimientos aduaneros complejos y la infraestructura fronteriza desfasada aumentan los plazos y los costos comerciales, repercutiendo negativamente en la capacidad de las empresas para integrarse en las cadenas de valor internacionales.

Los costos fijos asociados a los retrasos en las fronteras y al cumplimiento con los procedimientos de exportación e importación repercuten desproporcionadamente en las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) que, por definición, poseen menos recursos y economías de escala que sus competidoras de mayor tamaño. Estos efectos pueden ser especialmente acusados en los países en desarrollo y en los países menos adelantados, donde el entorno empresarial ya suele ser de entrada menos propicio al comercio transfronterizo.

Las ineficiencias fronterizas disuaden del comercio entre vecinos aunque los diplomáticos aboguen por la integración económica regional, mermando el potencial de las empresas para formar cadenas de valor regionales y prosperar en nuevos mercados.

El Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC) de la Organización Mundial del Comercio (OMC), que entró en vigor en febrero 2017, promete reducir los costos y los retrasos en las fronteras simplificando los trámites fronterizos y dotándolos de mayor transparencia. Dicho acuerdo incluye disposiciones nuevas que prometen a los países en desarrollo y a los menos adelantados asistencia técnica y financiera para el cumplimiento de sus futuras obligaciones dimanantes del AFC. Aun siendo necesaria, esta asistencia es una condición insuficiente para que las reformas concernientes a la facilitación del comercio tengan el máximo efecto posible. Es el sector privado el que suma la mayor parte del comercio y, por consiguiente, el que tropieza con los retrasos en las fronteras en la práctica y, sin embargo, se le excluye con demasiada frecuencia de los procesos de reforma, por lo que los formuladores de políticas se forman una visión limitada de las trabas prácticas con las que se encuentran los comerciantes cuando realizan operaciones transfronterizas.

La respuesta

El ITC trabaja para salvar la brecha que existe entre los comerciantes y las agencias fronterizas con el fin de asegurar la inclusión del punto de vista del sector privado en el diseño, la formulación, la ejecución y la supervisión de las reformas. Desarrolla la capacidad de los exportadores, importadores, transitarios y agentes de transportes para comprender los costos de las ineficiencias transfronterizas; las obligaciones legales recogidas en el AFC; y las mejores prácticas en relación con los procedimientos comerciales transfronterizos.

El ITC trabaja para salvar la brecha que existe entre los comerciantes y las agencias fronterizas con el fin de asegurar la inclusión del punto de vista del sector privado en el diseño, la formulación, la ejecución y la supervisión de las reformas para cumplir con el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la OMC.

El apoyo a la inclusión de la voz del sector privado en las plataformas institucionalizadas para la planificación y la supervisión de la facilitación del comercio que deben crear los miembros de la OMC en virtud del AFC constituye un componente destacado de las actividades del ITC.

En 2017, la organización celebró sesiones de capacitación interactivas sobre el AFC, de 2 días de duración, dirigidas a más de 450 empresas de 19 países, entre ellos, la Argentina, Myanmar, Papua Nueva Guinea, la Arabia Saudita y la República Unida de Tanzania. Uno de los objetivos principales de este breve curso era preparar a la comunidad empresarial para comprender los requisitos y los beneficios potenciales derivados del AFC, así como para poder participar de manera constructiva con los formuladores de políticas en el proceso nacional de ejecución. Los participantes, en su mayoría pequeños comerciantes y funcionarios de organismos fronterizos, participaron en ejercicios basados en ejemplos de la vida real. Se prestó especial atención a ayudar a las empresas a comprender las cuestiones técnicas y abogar por recomendaciones políticas concretas que reflejen los problemas fronterizos a los que se enfrentan sobre el terreno.



1. Capacitación sobre financiación del comercio, Kigali 2. ©shutterstock.com 3. Taller del sector privado sobre facilitación del comercio, Monrovia (Liberia)

Los resultados

En Sri Lanka, el ITC creó un curso de aprendizaje electrónico compuesto por ocho módulos y concebido para ayudar a los exportadores de alimentos, especias y prendas de vestir a mejorar sus prácticas de gestión de las exportaciones. Este curso congrega en una misma plataforma digital todos los procedimientos y reglamentos escalonados, así como las instituciones, que participan en la exportación desde Sri Lanka hacia mercados regionales y europeos. Con la intención de reforzar la eficacia del curso, se entrevistó a autoridades fronterizas para identificar los errores más comunes que cometen los comerciantes cuando exportan. Sus comentarios técnicos han sido incorporados al material del curso de aprendizaje electrónico. Los alumnos declaran que el curso, que se impartirá en el Instituto Nacional de Exportaciones, trasladó una perspectiva clara de todo el proceso de exportación y les preparó para evitar costosos errores relacionados con los requisitos reglamentarios y de procedimiento cuando exporten.

Gracias al apoyo del ITC, el sector privado de Sri Lanka ha participado estrechamente en el esfuerzo decidido del Gobierno por organizar sus reformas de la mejor manera posible para la ejecución del AFC.

En un taller celebrado en octubre de 2017 en el que el ITC propició debates sobre cómo priorizar las medidas del AFC atendiendo a su complejidad y su impacto, 14 representantes empresariales compartieron las prioridades del sector con funcionarios del Gobierno. El debate ayudó a documentar el contenido de la notificación oficial del Gobierno del Sri Lanka a la OMC concerniente a sus restantes compromisos dimanantes del AFC.

Las labores de capacitación relativa al AFC del ITC para el sector privado han tenido un claro impacto en la capacidad de las empresas para organizar y perseguir sus intereses. Así, durante

el taller celebrado en Kenya en noviembre de 2017, las empresas participantes hicieron sugerencias a las autoridades nacionales sobre cómo mejorar el recién inaugurado Portal Nacional de Facilitación del Comercio (producto de un proyecto conjunto del ITC y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo). El portal, que satisface los requisitos de transparencia recogidos en el AFC, es una plataforma digital que describe los procedimientos paso a paso para importar y exportar productos básicos específicos, junto con los costos, plazos de espera y fuentes legales de cada uno. Las empresas solicitaron que el portal hiciera un seguimiento de productos básicos adicionales y añadiera funciones nuevas para responder mejor a sus necesidades.

En el marco de una iniciativa más amplia para impulsar el comercio en la Unión Económica y Monetaria de África Occidental (UEMAO, también conocida como UEMOA), el ITC respaldó la incorporación de la participación público-privada en un comité pionero de facilitación del comercio regional (que no nacional).

El futuro

De cara al futuro, el ITC mantiene su compromiso de apoyar la ejecución del AFC. Seguirá apoyando a los comités de facilitación del comercio regionales y nacionales para que trabajen con el sector privado en la ejecución y la supervisión del AFC. En la Comunidad de África Oriental, el ITC apoyará la mejora de los portales de facilitación del comercio regionales y nacionales. Además, la organización ayudará a algunos estados árabes y de África Occidental a aplicar determinados requisitos del AFC tales como los de tramitación previa a la llegada y el intercambio electrónico de certificados de origen. El ITC también está desarrollando un curso de aprendizaje electrónico dirigido a mipymes.



Financiador

Finlandia

ESTUDIO DE CASO

Sentar las bases políticas para impulsar el comercio afgano



El desafío

Al igual que tantos estados que han salido de un conflicto, el Afganistán considera que existe una estrecha relación entre el crecimiento, la creación de empleo y la estabilidad social. El aumento del comercio de bienes y servicios podría contribuir de manera importante a la economía del país y los medios de vida de sus ciudadanos.

La expansión de los vínculos comerciales del Afganistán ha sido una prioridad para el Gobierno del Presidente Ashraf Ghani desde que accedió al poder en septiembre de 2014. Este país sin litoral se unió a la Organización Mundial del Comercio (OMC) en 2016, lo que le otorgó unas condiciones de acceso previsibles a la mayor parte de las economías mundiales. Kabul también se ha esforzado por establecer rutas comerciales con sus mercados principales. El Gobierno ha firmado acuerdos de tránsito con Turkmenistán, Azerbaiyán y Georgia en el marco de la propuesta de una ruta comercial marítima y terrestre hacia Europa, conocida como el Corredor de Lapsúlzuli. Ha suscrito acuerdos comerciales y de tránsito sus vecinos Uzbekistán y Tayikistán, mejorando el acceso a China y a la Federación de Rusia. El comercio con la India ha empezado a fluir a través del puerto de Chabahar y el Corredor Aéreo del Afganistán y la India, que ofrece desde junio de 2017 transporte aéreo subvencionado para los cargamentos que salen de Kabul y Kandahar rumbo a Delhi y Amritsar.

Sin embargo, la mejora del acceso al mercado y las conexiones de transporte no será suficiente para reavivar el comercio afgano al nivel requerido. Las décadas de conflicto han pasado factura a la fuerza de trabajo del país, han alterado sus patrones comerciales tradicionales y han dejado a sus empresas con un conocimiento limitado de los mercados internacionales. Los exportadores potenciales se enfrentan a factores como la inestabilidad de la seguridad, una infraestructura desmoronada, un entorno empresarial deficiente y unos costos comerciales elevados.

Incluso los casos de éxito recientes, como el del sector del azafrán afgano, han sufrido el bloqueo de algunos de sus envíos dirigidos a los mercados europeos por contaminaciones que incumplían los límites reglamentarios de salud y seguridad. Los frutos secos afganos, en concreto las pasas, han corrido una suerte similar a causa de un procesamiento y un almacenamiento deficientes.

Para que el sector privado afgano pueda competir en los mercados internacionales, el aumento de la capacidad de las empresas —por ejemplo, para satisfacer los requisitos de mercado— tendrá que ir acompañado de un entorno político e institucional más favorable. Esta combinación es especialmente importante para las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) que generan la mayor parte del empleo en el Afganistán.

La respuesta

El ITC ha estado trabajando con el Ministerio de Industria y Comercio afgano, la Cámara de Comercio e Industrias del Afganistán (ACCI) y la Cámara de Comercio e Industria de la Mujer del Afganistán (AWCCI) para que las mipymes afganas puedan participar en el comercio internacional y aprovechar los beneficios de la integración económica regional.

El objetivo principal de la iniciativa Fomento del Comercio en el Afganistán, lanzada en noviembre de 2016, consiste en mejorar las capacidades nacionales para diseñar y ejecutar reformas políticas e inversiones institucionales destinadas a mejorar el entorno político y apoyar la infraestructura para que comercien las mipymes.

El ITC y sus socios trabajaron inicialmente en el desarrollo de dos documentos de reforma política —una estrategia nacional de exportación y una política comercial nacional— que establecerán el marco político general para los esfuerzos nacionales encaminados al aumento de la producción y el comercio en sectores con alto potencial para generar exportaciones y empleo.

Con el fin de definir el contenido de estos documentos, los socios del proyecto trabajaron activamente en la inclusión de las perspectivas del sector privado afgano, que durante años se había sentido marginado por el proceso de política comercial nacional. La ACCI organizó consultas con líderes empresariales e inversores en Kabul, Mazar-e-Sharif, Herat y Kandahar reuniéndose con más de 500 líderes sectoriales y propietarios de pequeñas empresas afganas en total, que alcanzaron un consenso con respecto a los principales aspectos que dificultaban la competitividad comercial del país.



1.-3. Consulta con partes interesadas del comercio del Afganistán en Herat, Kandahar y Kabul

Los resultados

La estrategia nacional de exportación (ENE) identifica sectores con elevado potencial para la exportación y la creación de empleo, en particular para las mujeres y los jóvenes. Propone medidas para que todos estos sectores —alfombras, frutas y frutos de cáscara desecados, azafrán, mármol y granito— superen las debilidades que actualmente están lastrando la competitividad internacional. Por ejemplo, la estrategia insta a la organización o el fortalecimiento de las asociaciones de agricultores para resolver la fragmentación, fomentar las economías de escala y propiciar la prestación de asistencia técnica en el sector del azafrán. El sector de las alfombras, por su parte, se beneficiará de una mejor creación de marcas, unos trámites aduaneros más sencillos, y más apoyo —como agregados comerciales— en los mercados extranjeros. La estrategia identifica asimismo cómo remediar factores transversales clave que lastran las exportaciones afganas. La creación de mecanismos para la facilitación de información relacionada con el comercio y el mercado, y el fortalecimiento de las instituciones de apoyo al comercio y la inversión ayudaría, por ejemplo, a las mipymes a comprender mejor las tendencias de la demanda y a establecer conexiones en mercados poco conocidos.

La estrategia nacional de exportación se presentó ante el Consejo de Ministros afgano y ante el Comité Ejecutivo de Prioridades del Sector Privado en noviembre de 2017. Esta presentación fue un último paso esencial previo a la aprobación definitiva por parte del Consejo Superior de Economía, presidido por el Presidente Ghani.

La política comercial nacional del Afganistán también se formuló durante 2017 y se ultimó a comienzos del siguiente año. El documento analiza los factores que frenan el comercio afgano y propone soluciones. Por ejemplo, para equilibrar las necesidades de desarrollo industrial y generación de ingresos, insta a la ración

nalización del régimen arancelario del país, actualmente marcado por un régimen de exención de derechos aduaneros aplicado aleatoria y desigualmente. También recomienda que se simplifiquen los trámites fronterizos y los requisitos de documentación.

Para el sector privado afgano, el proceso consultivo que sirvió de apoyo para la formulación de ambos documentos ha sido terapéutico.

«Durante el proceso se nos trató como a compañeros del Gobierno, no como a competidores», afirmó el Director Ejecutivo de la ACCI, Atiqullah Nusrat.

El Ministro de Industria y Comercio afgano, Humayoon Rasaw, afirmó que los documentos promoverán «una relación equilibrada entre la integración del comercio y el desarrollo económico nacional sostenible».

El futuro

Tras la aprobación oficial de la ENE, el ITC y sus socios organizarán una mesa redonda entre los donantes para buscar coordinación y apoyo para la ejecución de las medidas recogidas en la estrategia. El ITC brindará apoyo técnico y asesoramiento al Gobierno afgano sobre aspectos como, por ejemplo, la facilitación del comercio y la modernización de los reglamentos de seguridad y salud del país, así como sobre el fomento de la competitividad del sector del azafrán

Al igual que la ENE, la política comercial nacional se presentará en primer lugar ante el Consejo de Ministros y posteriormente al Consejo Superior de Economía para su aprobación.



Financiador

Unión Europea



Fortalecimiento de las instituciones de apoyo al comercio y la inversión

Fortalecimiento de las instituciones de apoyo al comercio y la inversión

El programa sobre el Fortalecimiento de las Instituciones de Apoyo al Comercio y la Inversión (IACI) tiene por objeto mejorar el rendimiento operativo y de gestión de las IACI para que puedan ayudar mejor a las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) a internacionalizarse. El enfoque comparativo basado en la metodología del programa DAME Resultados, ayuda a las IACI a evaluar, mejorar y medir su rendimiento. Otras intervenciones trabajan en el fomento del diálogo entre las IACI para respaldar la creación de organizaciones nuevas cuando sea necesario y para reforzar aspectos específicos de IACI individuales o grupos de IACI.

Resultado principal



219 IACI declararon mejoras en su desempeño gerencial y operativo como resultado de las intervenciones del ITC



El **100 %** de las IACI encuestadas recomendaría el apoyo del ITC a instituciones homólogas

Aspectos destacados

En 2017, IACI de todo el mundo aprovecharon la asistencia del ITC para evaluar y gestionar el desempeño, formular estrategias más claras, actualizar sus carteras de servicios, establecer sistemas de medición de los resultados, y reforzar las redes y optimizar el uso de los recursos. Esto les preparó para ayudar a las mipymes a participar en las cadenas de valor mundiales, atraer inversores y exportar con buenos resultados.

El apoyo brindado por el ITC a las IACI se materializó de diversas maneras, entre ellas, la celebración de talleres regionales, la creación de redes de IACI de múltiples países y el apoyo a las mismas, y la prestación de servicios a otras organizaciones. El ITC trabaja con las IACI en niveles muy diversos, desde la participación directa en las operaciones de una organización durante un período plurianual, hasta un asesoramiento «ligero» y el intercambio de buenas prácticas. Además, la encuesta sobre la competitividad de las pymes ayuda a las IACI a conocer el modo de orientar el apoyo que brindan a sus clientes en aras de una máxima eficacia (véase el estudio de caso).

Dieciocho IACI, incluidas asociaciones sectoriales, cámaras de comercio y organizaciones de promoción del comercio y la inversión, colaboraron intensivamente en el marco del programa DAME Resultados del ITC en 2017, comparando su desempeño y ejecutando planes para mejorar sus servicios. Entre otros, estuvieron representados los siguientes países: Bangladesh, Botswana, Costa Rica, Gambia, Kenya, Malí, Mongolia, Nepal, el Pakistán, el Perú, Filipinas, Rwanda, el Senegal, Sri Lanka, Uganda y Zambia.



1. Capacitación para cámaras de comercio y asociaciones sectoriales en el marco del programa DAME Resultados, Casablanca
 2. Taller regional para IACI, Accra (Ghana)

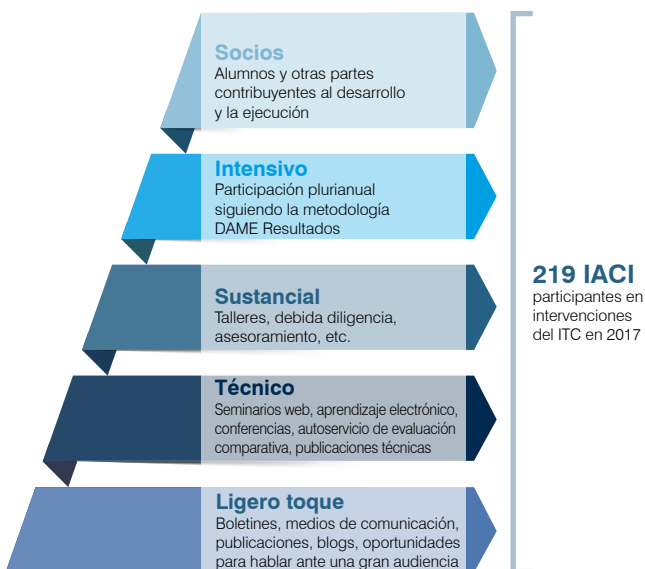
En consonancia con la tendencia a combinar la promoción del comercio y la inversión, el organismo de promoción de las inversiones de Costa Rica, la Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE), se convirtió en la primera organización meramente centrada en la inversión en trabajar con el ITC en una evaluación comparativa. También resultó ser un socio clave en el apoyo del ITC a las organizaciones de promoción del comercio y la inversión de África Oriental (véase el estudio de caso).

El ITC celebró talleres regionales en Ghana, Marruecos, Santa Lucía y Sri Lanka, en los que se dieron cita representantes de más de 60 IACI para poner el foco en cómo demostrar el valor a los miembros; formular estrategias y propuestas de valor; y prestar servicios que respalden la sostenibilidad financiera.

Junto con Swisscontact, una fundación de cooperación internacional para el desarrollo, el ITC evaluó la fiabilidad y el compromiso de 56 posibles instituciones asociadas de 11 países para la ejecución de un programa suizo de promoción de las importaciones.

Además, el ITC y los miembros de la Unión Económica y Monetaria de África Occidental (UEMOA, más conocida como UEMOA) crearon la primera red oficial regional africana de organizaciones de promoción del comercio. En apoyo a la red de organismos de promoción del comercio de UEMOA, el ITC también propició la forja de asociaciones entre dicha red y su equivalente iberoamericana y caribeña, REDIBERO.

FIGURA 2 Enfoque de los clientes de las IACI



Financiadores de 2017

Financiadores principales

Canadá, China, Finlandia, Alemania, India, Irlanda, Noruega, Suecia

Financiadores específicos del proyecto

Fondo Africano de Garantía, Cooperación para el Desarrollo y la Inversión de Barbados Banco de Desarrollo del Caribe, CINDE Costa Rica, Marco Integrado Mejorado, Unión Europea, Fundación Argentina para la Promoción de Inversiones y Comercio Internacional, Una ONU Zambia, PROCORDOBA Argentina, Promperú Perú, Santa Lucía, Swisscontact, Suiza, Trademark East Africa, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Fondo para la Aplicación de Normas y el Fomento del Comercio

ESTUDIO DE CASO

Aplicar la fórmula de promoción de las inversiones de Costa Rica en África Oriental



El desafío

Casi todos los países poseen organismos públicos, semipúblicos o privados dedicados a promover el comercio y atraer inversión extranjera. Cuando funcionan bien, constituyen un nexo de unión esencial entre el gobierno y el sector privado, ayudando a las empresas clientes a salvar las asimetrías de la información, compartir riesgos y acceder a los servicios públicos.

En muchos países en desarrollo, sobre todo en África, los organismos de promoción de las inversiones tienen que hacer frente a enormes desafíos. Los entornos político y empresarial para la inversión suelen ser poco claros. Puede darse el caso de que la marca de un país no lo diferencie de sus competidores regionales. Los incentivos a la inversión pueden estar mal orientados. En estos lugares, los organismos de promoción de las inversiones suelen carecer de contactos sólidos con los agentes económicos locales, pese a que dichos vínculos son esenciales para que la inversión extranjera directa eleve la productividad y arroje beneficios sostenidos.

Por lo que respecta a las operaciones, los organismos de promoción de las inversiones con recursos limitados pueden tener dificultades a la hora de contratar, capacitar y conservar a buenos miembros del personal y de forjarse una reputación de fiabilidad. Tienden a caracterizarse por ofrecer un servicio fracturado e intermitente a los clientes, y por poseer mecanismos poco sólidos de mantenimiento de registros, intercambio de información y aprendizaje institucional, o por carecer de ellos. Estas instituciones pueden tener dificultades para ofrecer soluciones a posibles inversores o prestar asistencia posterior a los inversores existentes. Unos sistemas de gestión deficientes pueden llevar a estos organismos a no medir su desempeño con exactitud, lo que les dificulta la tarea de demostrar y medir sus resultados.

Si bien es posible que los organismos de inversión aprendan de los organismos que más destacan en otros lugares, suelen carecer de recursos y acceso a los arquetipos necesarios para emular las mejores prácticas.

La respuesta

En el marco de un proyecto más amplio destinado a fomentar un mayor comercio e inversión entre China y África, el ITC está trabajando para ayudar a los organismos de promoción de las inversiones de Etiopía, Kenya, Mozambique y Zambia a mejorar su capacidad para atraer y mantener inversiones extranjeras directas. La organización decidió conectar a las organizaciones africanas con una organización modelo, uno de los organismos con mejor desempeño de Costa Rica.

La Coalición Costarricense de Iniciativas de Desarrollo (CINDE), el organismo de promoción de las inversiones de Costa Rica, ha recibido varios galardones por sus servicios, sus resultados y su cultura corporativa. Su excelencia quedó confirmada en una evaluación comparativa realizada por el ITC adaptada especialmente para medir las capacidades de los organismos de promoción de las inversiones. La evaluación de agosto de 2017 estudió las capacidades de gestión, gobernanza y prestación de servicios de la CINDE y ofreció recomendaciones específicas de mejora. Pese a su reducido tamaño, sus recursos limitados y sus grandes competidores regionales, la CINDE obtiene excelentes resultados prestando especial atención al servicio al cliente; la cooperación interinstitucional; y una apuesta decidida por la medición de los resultados y la mejora continua. La «fórmula mágica» de esta coalición radica en su uso inteligente de las plataformas en línea, las redes sociales y las fuentes de información existentes. La innovación es un elemento esencial de su cultura: con ideas, que no con dinero, se obtienen resultados. Este planteamiento resulta muy pertinente para los organismos africanos.

«Esta colaboración nos resulta muy emocionante porque se basa en ese proceso de crecimiento. Gracias a la enseñanza y el intercambio estamos conociendo perspectivas y culturas nuevas, así como fórmulas creativas para hacer frente a los desafíos.»

Jorge Sequeira, Director Gerente, CINDE



1.-3. La cooperación triangular en acción: representantes de la CINDE y de organismos de promoción de la inversión africanos

Con la aportación de la CINDE, el ITC creó una nueva herramienta para evaluar a los cuatro organismos africanos de promoción de las inversiones a lo largo de todo el ciclo de promoción de la inversión, teniendo en cuenta sus limitados recursos y los complejos entornos políticos en los que operan. En todas ellas se obtuvo una base de referencia de las prácticas actuales y se identificaron áreas de mejora.

Habida cuenta de la variedad de competencias técnicas y conocimientos necesarios para realizar las evaluaciones, el ITC pidió a la CINDE —cuyo equipo directivo estaba interesado en apoyar la creación de capacidad institucional en África— que se asociara con él. En el marco de esta cooperación triangular, los representantes de la CINDE ayudaron al ITC a diseñar e impartir talleres de capacitación; ofrecieron servicios de orientación y tutoría entre pares; y trabajaron con sus homólogos africanos en la elaboración de planes de mejora del desempeño. El ITC aprovechó la conferencia de la Asociación Mundial de Organismos de Promoción de las Inversiones (AMOPI) celebrada en Dubái en el mes de noviembre para organizar un taller de resolución de problemas en el que participaron directores generales africanos y el Director Gerente de la CINDE, Jorge Sequeira.

«La mejora continua es un elemento que nos esforzamos por incorporar a nuestro ADN corporativo y que nos ayuda a aspirar a la excelencia», afirmó Sequeira. «Esta colaboración nos resulta muy emocionante porque se basa en ese proceso de crecimiento. Gracias a la enseñanza y el intercambio estamos conociendo perspectivas y culturas nuevas, así como fórmulas creativas para hacer frente a los desafíos».

Los resultados

Pese a que todavía se encuentra en sus primeras fases, esta iniciativa ya ha generado herramientas y fórmulas de colaboración nuevas, contribuyendo al esfuerzo continuo del ITC por innovar y perfeccionar los servicios que presta a sus clientes.

Durante el proceso de evaluación comparativa la CINDE sirvió como piloto para el perfeccionamiento de los indicadores de buenas prácticas de inversión en lugar de promoción del comercio, como la capacidad institucional para fomentar vínculos con proveedores locales o para simplificar los procesos de inversiones entrantes. Esto, a su vez, arrojó dividendos durante la realización de las evaluaciones de los organismos africanos y servirá para documentar el seguimiento durante sus procesos de reforma.

Se han establecido hojas de ruta de mejora para los cuatro organismos africanos, basadas en las prácticas testadas en Costa Rica. Los temas comunes comprenden los procesos de ejecución y las conductas para el desarrollo de una sólida orientación al cliente; la mejora de la presentación a inversores potenciales; y aprender a responder a las necesidades específicas de los inversores en el mercado objetivo, incluyendo el conocimiento de su cultura empresarial. El desarrollo de una base mejorada de medición será un tema subyacente continuado.

La participación de homólogos de otros países para el intercambio de prácticas ha resultado ser una forma eficaz de aportar conocimientos, empatía y credibilidad al diálogo con los organismos africanos de promoción de las inversiones. La colaboración con una IACI para obtener resultados en otra sirvió al ITC para probar nuevos modelos de contratación y participación con instituciones asociadas.

El futuro

La colaboración del ITC con la CINDE continuará en 2018, con talleres específicos y servicios de asesoramiento que abordarán las áreas de mejora identificadas en cada uno de los organismos africanos.

El ITC tiene previsto aplicar este modelo de colaboración en otros países que estén trabajando en la atracción de inversiones para promover un crecimiento sostenible.



Financiadores

Alemania, Canadá, China, Finlandia, India, Irlanda, Noruega, Reino Unido, Suecia

ESTUDIO DE CASO

Comprender cómo pueden las IACI ayudar a las pequeñas empresas a ser más competitivas



El desafío

Las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) son el eje central de cualquier economía; congregan a la inmensa mayoría de las empresas y representan importantes porcentajes de producción y de empleo. Tienden a dar empleo a los segmentos más vulnerables de la fuerza de trabajo, incluidos los trabajadores sin una formación especializada, las mujeres y los jóvenes.

Unas mipymes productivas resultan esenciales para el crecimiento económico y el desarrollo inclusivo. El comercio puede ayudar a las empresas a ser más competitivas a través del aprendizaje mediante la práctica y la exposición a niveles superiores de tecnología, calidad y competencia. Sin embargo, las mipymes, en particular las de los países en desarrollo, suelen tropezar con diversos obstáculos cuando intentan comerciar fuera de sus fronteras.

Las instituciones de apoyo al comercio y la inversión (IACI) desempeñan una función esencial para ayudar a estas empresas a competir en el exterior. Unas IACI eficaces brindan servicios tales como inteligencia de mercado, promoción y capacitación. También conectan a las mipymes listas para exportar con compradores e inversores potenciales.

En las economías avanzadas, las IACI suelen mantener bases de datos de mipymes con descripciones y datos de contacto. Conocer a sus clientes les ayuda a ofrecer los servicios que precisan estas empresas. Pero en muchos países en desarrollo y países menos adelantados, las IACI no disponen de esta información, lo que limita su capacidad para negociar contactos con compradores e inversores internacionales.

La respuesta

El ITC ha desarrollado una herramienta de evaluación comparativa de la competitividad de las pymes para ayudar a las IACI a comprender mejor las necesidades de sus clientes, permitiéndoles adaptar los servicios para obtener el máximo retorno de la inversión.

En el marco de este proceso, el ITC dota a las IACI del hardware y el software necesarios para mantener una base de datos de mipymes activa. Más concretamente, el ITC ayuda al personal

de las IACI a utilizar el software de la encuesta, seleccionando una muestra de empresas a las que encuestar y capacitando al equipo de encuestadores.

Unos cursos de aprendizaje electrónico especialmente diseñados ayudan a los encuestadores a familiarizarse con el cuestionario de la encuesta, que permite al ITC puntuar diversos aspectos de la competitividad de las mipymes (por ejemplo, la capacidad para satisfacer los requisitos de calidad) y medir la eficacia del apoyo que reciben de las IACI. Con la comparación de las lagunas existentes en la prestación de servicios de las IACI con las áreas en las que las empresas se muestran más débiles, la encuesta identifica los servicios de las IACI que arrojarían mayores dividendos en cuanto al incremento de la competitividad de las empresas.

La herramienta de evaluación comparativa de la competitividad de las pymes se ha concebido para combinar información de nivel macro (el clima empresarial nacional), meso (el ecosistema local de apoyo a las empresas), y micro (la capacidad de las empresas) para ofrecer una imagen matizada de la capacidad del sector privado de un país para competir en los mercados internacionales. Los formuladores de políticas y las IACI pueden utilizar los resultados para identificar y abordar los cuellos de botella que afectan a la competitividad; comparar la competitividad de las empresas en función de su tamaño, sector y ubicación; y emparejar mejor a las empresas con inversores y compradores potenciales.

El ITC está realizando en la actualidad ejercicios de evaluación comparativa en la Argentina, Gambia, Ghana, Marruecos, Nigeria, Rwanda, Santa Lucía, el Senegal y Zambia, basándose en algunos casos en una reciente recopilación conjunta de datos con instituciones nacionales.

Los resultados

Los ejercicios de evaluación comparativa ya han generado ideas que pueden aplicar las IACI para definir sus prioridades y enfocar mejor sus servicios.

En Hungría, donde el ITC se asoció con la Sociedad Nacional de Comercio Exterior para realizar una encuesta entre las empresas nacionales, los resultados demostraron que las empresas que



2



3

1. ©shutterstock.com 2. Herramienta de evaluación comparativa de las IAC 3. ©shutterstock.com

operan en las cadenas de valor pagan menos costos de transporte que empresas similares que operan al margen de las cadenas de valor. Así pues, atrayendo cadenas de valor y ayudando a las mipymes a acceder a ellas se reducen los costos a los que tienen que hacer frente las empresas más pequeñas.

En Kenya, el ITC está recopilando datos sobre la competitividad de las pymes en colaboración con la Cámara Nacional de Comercio e Industria de Kenya (KNCCI). Esta iniciativa colaborativa ya ha llevado a la creación de una coalición de instituciones de los sectores público y privado, entre las que figuran el Ministerio de Comercio, una autoridad del ámbito de las pequeñas empresas y el Consejo de Promoción de las Exportaciones, que han compartido las listas de sus miembros en una base de datos común. La KNCCI ha declarado que el ejercicio contribuyó a la actualización de su propia base de datos, permitiéndole llegar a las empresas que más podrían beneficiarse de su apoyo.

En Gambia, la encuesta sobre la competitividad de las pymes se desplegó conjuntamente con la estrategia nacional de exportación, una hoja de ruta política para aumentar las exportaciones y la creación de empleo. La encuesta incluyó un módulo especialmente diseñado para analizar la falta de competencias de los jóvenes en sectores como la agricultura, el turismo y la tecnología de la información. Los futuros empleadores del sector turístico afirmaron que su principal obstáculo eran las cualificaciones inadecuadas, mientras que en los sectores de la agricultura y la tecnología de la información los mayores desafíos derivaban de los costos de la mano de obra. Estas conclusiones han documentado la Hoja de Ruta para el Desarrollo de la Juventud y el Comercio (2017-2021) de la Agencia de Promoción de las Exportaciones y de las Inversiones de Gambia. Suwaibou Cham, un alto cargo de dicho organismo, afirmó que los resultados de la evaluación comparativa «nos han permitido evaluar mejor la falta de competencias en la cadena de valor y, en última instancia, identificar las oportunidades de empleo juvenil».

Las preguntas relacionadas con el género han servido para llenar vacíos de datos sobre los cuellos de botella a los que tienen que hacer frente las mujeres empresarias del sector de los servicios de Kenya e Indonesia. Por ejemplo, se detectó que las empresas pertenecientes a mujeres de Kenya tienen conocimientos insuficientes de los procesos de propiedad intelectual nacionales, como resultado de lo cual, menos del 15 % de estas empresas poseen una patente registrada en el país. Por otra parte, las mujeres exportadoras de Indonesia tienen un 10 % más de posibilidades que las no exportadoras de poseer un sitio web empresarial, lo que subraya la importancia de estar conectados para vender a escala mundial. Ahora, los programas de IACI de los dos países pueden trabajar para remediar estas deficiencias.

El futuro

La herramienta de evaluación comparativa de la competitividad de las pymes se está ultimando o desplegando actualmente en varios países a través de proyectos del ITC. Jerson Badal, de la Agencia de Promoción del Comercio y las Exportaciones (TEPA) de Santa Lucía, que ha culminado recientemente la fase de recopilación de datos del ejercicio, ha mostrado su confianza en que la capacidad de orientar mejor los programas de apoyo dirigidos a las mipymes ayudará a su agencia a atraer financiación de los donantes.

Al reforzar la capacidad de las instituciones y las asociaciones locales para evaluar y abordar las necesidades de las mipymes, esta herramienta brinda una solución duradera a los países que deseen impulsar la competitividad de sus mipymes.

Ya se contempla una ampliación que permitirá a las mipymes evaluar su propia competitividad y comprender qué tienen que hacer para estar listas para exportar.



Financiadores

Alemania, Australia, Canadá, China, Finlandia, India, Irlanda, Noruega, Santa Lucía, Suecia, Unión Europea



Conexión con las cadenas de valor internacionales

Valor agregado al comercio

El programa Valor Agregado al Comercio mejora la capacidad de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) para cumplir los requisitos del mercado e integrarse en las cadenas de valor locales, regionales y mundiales. Trabaja para aumentar su competitividad mediante el perfeccionamiento de las capacidades sectoriales y empresariales, la mejora del ecosistema en el que operan las mipymes en cada etapa de las cadenas de valor y la creación de plataformas de diálogo entre los sectores público y privado en aras de un cambio transformacional a gran escala.

Resultados principales



\$918 000 de exportaciones adicionales registradas para empresas nepalesas de cachemir



\$350 000 en contratos nuevos para empresas ucranianas de frutas y hortalizas

Aspectos destacados

En 2017, el ITC trabajó con socios de todas las etapas de la cadena de valor para ayudar a las mipymes de los países en desarrollo a acceder a las redes de producción regionales y mundiales de bienes y servicios con valor añadido con el fin de crear empleo y aumentar los ingresos.

En **Guinea**, la organización propició el primer envío aéreo de mangos del país, lo que ayudó a restaurar su condición de exportador de frutas exóticas frescas de calidad a la Unión Europea (UE) y otros lugares reconocido internacionalmente. Se enviaron por avión 5 toneladas de mangos Kent valorados en 20 000 euros en tres envíos distintos rumbo a Francia. El ITC había capacitado a productores de mango guineos en materia de cumplimiento de los requisitos del mercado y había respaldado su participación en Fruit Logistica,

una importante feria de comercio celebrada en Berlín y en la que conectaron con compradores franceses. El impulso que está experimentando la demanda mundial de mangos augura un futuro prometedor para los productores guineos: en pocos años, el país deberá ser capaz de exportar hasta 15 000 toneladas al año, a la par de las cantidades que exportan actualmente el Senegal y Malí.

Habitualmente, el aumento de las exportaciones se traduce en un aumento del empleo. En **Nepal**, el ITC ayudó al sector del cachemir a desarrollar proyectos, buscar compradores y mejorar las competencias de desarrollo empresarial (véase el estudio de caso). Las 26 empresas participantes en el proyecto diversificaron sus carteras de productos que, además de chales y pañuelos, empezaron a incluir jerséis, chaquetas y otros artículos de punto, lo que supuso un impulso de sus exportaciones del 16 %, o 918 000 dólares, y la creación de 214 empleos. Además, se contrató a 11 alumnos de una escuela de diseño en la que el proyecto impartió capacitación sobre diseño y desarrollo de productos para trabajar en el sector.

En 2017, el ITC también ayudó a productores de frutas y hortalizas de **Lesotho** y la **República Unida de Tanzania** a aumentar sus ingresos mediante el aumento de la productividad y la agregación de valor.

En Lesotho, el reparto de redes antigranizo para invernaderos y la impartición de capacitación técnica sobre cómo utilizarlas entre los productores de frutas y hortalizas generó importantes ingresos. El sector privado y otros organismos ejecutores están emulando ahora este enfoque. En la República Unida de Tanzania, el ITC facilitó invernaderos e impartió capacitación a 18 productores de pimientos dulces y trabajó para conectarlos con clientes potenciales del sector turístico local. A raíz de ello, los agricultores han suministrado 5,1 toneladas de pimientos a hoteles de Dar es Salaam, logrando así una integración satisfactoria en una cadena de valor del turismo.

En colaboración con el **Grupo de los Estados de África, el Caribe y el Pacífico (ACP)**, el ITC y el **Instituto de Investigación y Desarrollo Agrícolas del Caribe** mejoraron la competitividad

de miles de extensiones agrícolas familiares y pequeños procesadores del sector del coco del **Caribe**.

En **Fiji**, las hojas de ruta políticas facilitadas por el ITC para el sector ganadero se han incorporado a la estrategia nacional de desarrollo de la ganadería. Tres importantes ganaderos que trabajaron en el proyecto declararon reducciones sustanciales de los períodos de engorde e incrementos medios del 20 % o más en los pesos del ganado y los precios de venta. Los productores de miel que trabajaron con el ITC llegaron a registrar volúmenes de producción hasta 10 veces más elevados y aumentos de los precios de venta superiores al 5 %. Algunos empezaron a vender a complejos turísticos de la isla.

En las **Comoras**, el ITC ayudó a las cooperativas de agricultores productores de clavo, vainilla y ylang-ylang a obtener acceso al crédito de las instituciones financieras; 4 cooperativas obtuvieron financiación por valor de 900 000 dólares. La organización también apoyó a las cooperativas en la mejora de las operaciones y la formación de un registro común.

Soluciones electrónicas

El comercio de bienes y servicios a través de redes electrónicas ha creado grandes oportunidades empresariales nuevas, pero las empresas de los países más pobres, especialmente las mipymes, experimentan dificultades debidas a factores tales como una logística deficiente o la falta de acceso a sistemas de pago. El Programa en Soluciones Electrónicas ayuda a superar estas barreras mediante el respaldo de las capacidades y la forja de asociaciones con instituciones de apoyo al comercio y la inversión (IACI) locales.

Resultados principales



\$200 000 en ventas generados por la «caravana del comercio electrónico» para mipymes de Marruecos, Côte d'Ivoire, el Senegal, Etiopía y la República Árabe Siria



58 mujeres desplazadas internas de la República Árabe Siria capacitadas para elaborar artesanías vendidas en línea

Aspectos destacados

En **Jordania, Marruecos y Túnez**, el ITC trabajó para ayudar a las mipymes a aprovechar el potencial del comercio electrónico a través de plataformas de mercado virtuales como eBay, Etsy y Alibaba. El proyecto siguió un doble enfoque. Apoyó a los gobiernos en la forja de un entorno favorable al comercio electrónico mediante reformas políticas para mejorar el acceso a los mecanismos de pago internacionales, la reducción de las tarifas postales y la simplificación de los procedimientos de exportación. Empezando en Túnez, también trabajó directamente con mipymes para prepararlas para satisfacer los requisitos de las plataformas de comercio minorista en línea. Asesores de exportación a través del comercio electrónico capacitados y certificados por el ITC ayudaron a las empresas a abrir cuentas; acceder a soluciones de pago (como PayPal); desarrollar listados atractivos de mercancías; po-

ner precio a los productos; y ofrecer claridad con respecto a las tarifas de envío y la organización de las devoluciones. En 2017, 39 empresas tunecinas registraron ventas por un valor aproximado de 200 000 dólares con el envío de artesanías de madera de olivo y atún enlatado a los Estados Unidos mediante Amazon y Etsy; mobiliario, espirulina y artesanías a empresas de Europa mediante Monoqi y otros sitios web; y toallas de fouta a Australia. En Marruecos y Jordania se están realizando labores similares con asesores y empresas adicionales.

En los tres países, el ITC ayudó a órganos interinstitucionales de alto nivel del ámbito del comercio electrónico a definir reformas y formular iniciativas para impulsar el acceso al comercio electrónico. Un estudio nacional realizado en Túnez provocó reformas para mejorar la transparencia de los procedimientos de exportación para el comercio electrónico; examinar los procedimientos concernientes a los permisos de exportación de artesanías; ampliar el acceso a los pagos electrónicos; y revisar los textos jurídicos pertinentes.

El ITC apoyó a la empresaria radicada en la **República Árabe Siria** Rania Kinge con la capacitación de mujeres desplazadas internas en la elaboración de artesanías, joyería y prendas de vestir aptas para el comercio electrónico. Basándose en trabajos de asesoramiento anteriores para la elaboración de listados en línea y la mejora de la gestión de inventarios, el ITC ayudó a su empresa a empezar a utilizar herramientas basadas en la nube para la gestión de existencias y la manipulación de pedidos. Una serie de eventos promocionales en línea y presenciales celebrados en Suiza y en el Japón aumentaron la concienciación y las ventas, que alcanzaron los 20 000 dólares y respaldaron la creación de empleo para 30 mujeres.

En la **Unión Económica y Monetaria de África Occidental** (UEMAO, también conocida como UEMOA), el ITC está trabajando en la creación de una plataforma de mercado en línea entre empre-

Financiadores de 2017

Financiadores principales

Alemania, Canadá, China, Finlandia, India, Irlanda, Noruega, Suecia

Financiadores específicos del proyecto

Alemania, Banco de Desarrollo del Caribe, Banco Mundial, Canadá, COMESA Madagascar, DHL, Estados Unidos, Fondo Africano de Garantía, Fondo para la Aplicación de Normas y el Fomento del Comercio, Japón, los Países Bajos, Marco Integrado Mejorado, Organización para la Alimentación y la Agricultura, Physikalisch-Technische Bundesanstalt (PTB) Alemania, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, República de Corea, Sime Darby, Suecia, Suiza, UEMOA, Una ONU Rwanda, Unión Europea

sas (B2B) gestionada localmente. La plataforma ConnectUEMOA entrará en funcionamiento en 2018. A finales de 2017, 55 empresas de Malí, Guinea-Bissau y el Senegal habían recibido asistencia para la creación de listados de productos y se estaba impartiendo capacitación en Benin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, el Níger y Togo.

ESTUDIO DE CASO

Conectar a las mipymes con los mercados internacionales para crear empleo en el Norte de África



El desafío

Los jóvenes del Norte de África tienen que hacer frente a elevados índices de desempleo mientras sus países luchan por generar el crecimiento económico que necesitan para dar empleo al sector demográfico, muy nutrido, de los recién llegados al mercado laboral. La mejora de la competitividad de las empresas en los sectores intensivos en mano de obra y la conexión de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) con las oportunidades de exportación respaldaría la creación de empleo y el crecimiento inclusivo y, al mismo tiempo, reduciría los incentivos para la migración irregular.

Los países del Norte de África poseen grandes poblaciones consolidadas en la diáspora que viven y trabajan en mercados potencialmente lucrativos, en especial en Europa. Si bien la comunidad de la política para el desarrollo ha tendido a centrarse en las remesas financieras, también queda margen —aunque infrutilizado— para que las comunidades de la diáspora compartan competencias y ayuden a crear redes empresariales transnacionales.

La conexión con posibles proveedores y clientes transfronterizos no es una tarea sencilla para las mipymes por motivos que van desde un acceso insuficiente a la financiación hasta una experiencia limitada en materia de gestión. A los artesanos del Norte de África, puede resultarles difícil incluso operar en los mercados domésticos puesto que no suelen saber cómo poner precio a sus productos adecuadamente y, como no suelen tener acceso a los mercados, suelen ser vulnerables a los intermediarios que se quedan con la mayor parte de los beneficios de su trabajo.

La respuesta

El ITC está trabajando con mipymes del sector de la artesanía de Egipto, Marruecos y Túnez para ayudarles a mejorar sus competencias empresariales y a conectar con compradores extranjeros. Los artesanos y los empresarios recibieron capacitación sobre cómo poner precio a los productos, estandarizar la calidad, mejorar el embalaje y seguir las tendencias del mercado en lo referente a los colores y los materiales que interesen a los compradores.

En Túnez, 30 exportadores potenciales trabajaron con el ITC para prepararse para importantes ferias de comercio europeas.

En Marruecos, 20 empresas se interesaron por adquirir más conocimientos sobre los mercados de exportación, especialmente de España. En Egipto, el ITC apoyó a 20 diseñadores y artesanos jóvenes, el 80 % de ellos mujeres, para que colaboraran en conceptos de decoración del hogar y desarrollaran productos de menaje del hogar para ofrecérselos a compradores potenciales.

Las actividades de capacitación incluyeron a empresarios de la diáspora del Norte de África en París, y su inclusión respondía a dos motivos: aprovechar sus conocimientos de mercado y sus competencias para el beneficio de los participantes y sentar las bases para la creación de redes empresariales transfronterizas.

El ITC respaldó el trabajo de capacitación propiciando la participación de 44 mipymes —17 de Marruecos, 20 de Túnez y 7 de Egipto— en la feria de comercio Maison et Objet, una importante feria comercial del sector del mueble que se celebra en París, y la feria de comercio Ambiente de Fráncfort. La organización planificó sesiones entre empresas (B2B) para las mipymes con compradores potenciales.

Los resultados

El proyecto ha generado ventas por un valor total de 373 000 euros entre las mipymes marroquíes y tunecinas —lo que ya representa un 50 % más de la financiación total del proyecto— con perspectivas prometedoras de transacciones futuras. La mayor parte de estas ventas se produjeron en los encuentros B2B organizados durante las ferias de comercio de París, en septiembre de 2017, y Fráncfort, en febrero de 2018.

Tomorrowland, un minorista japonés de ropa, complementos y artículos de decoración del hogar de alta gama, cursó un pedido de prueba de 11 alfombras de Centre 3T tras una reunión con personal de esta mipyme tunecina en la feria de comercio de París.

«Nos encanta su producto hecho a mano con colores naturales», afirmó Akiko Ono, representante de Tomorrowland en París. La empresa, que tiene previsto vender las alfombras en sus tiendas, se mostró «complacida al descubrir que los artesanos adquieren conocimientos especializados gracias al ITC».



2



3

1. Samia Mestiri, fundadora de la empresa de artesanía Tunisie Autrement, Túnez 2. Elaboración de jabón artesanal, Marruecos
3. Feria de comercio Maison et Objet, París

Otros compradores asistentes a las reuniones B2B de París, entre ellos Le Club 55, Minelli, Salt and Lemon, y Caravane, también mostraron interés por los productos vendidos por las mipymes en la delegación respaldada por el ITC. Minelli, una marca francesa de calzado y complementos, encargó 500 cestas a una empresa marroquí. Salt and Lemon, una tienda de artículos de decoración del hogar y de complementos radicada en el territorio francés de la Reunión, cursó un pedido de 2 000 foutas, una especie de toalla fina y estampada, de una empresa tunecina. Las empresas tunecinas también se reunieron e iniciaron acuerdos con compradores del Líbano, Luxemburgo y los Estados Unidos.

En Ambiente, las mipymes tunecinas confirmaron ventas por valor de 43 000 euros, e iniciaron procesos de negociación por valor de 150 000 euros. Entre los compradores interesados estaban Nature & Découverte, un minorista francés, y Kusiner, un fabricante danés de alfombras, que mostraron interés por productos como las foutas, juegos de mesa de madera de olivo y artículos de decoración de interiores.

Las actividades de capacitación han impulsado las competencias de comercialización y empresariales de los participantes y les han ayudado a conocer nuevos mercados —y a conocerse los unos a los otros—.

«Gracias a la capacitación impartida por el ITC, los artesanos ya pueden calcular adecuadamente los precios de sus productos», afirmó Sonia Latrous, Directora de Comercialización de la Oficina Nacional de Artesanía Tunecina, que respaldó el taller y compartió puntos de vista sobre la utilización del comercio electrónico para llegar a los mercados. «También adquirieron conocimientos sobre embalaje y etiquetado, y sobre el seguimiento de las tendencias del mercado y el cumplimiento de los requisitos de calidad».

Muchos participantes egipcios se han unido bajo la etiqueta «Artesanos de Egipto» y están trabajando para comercializar su catálogo conjunto de decoración del hogar y artículos textiles para el hogar entre compradores internacionales. Dicho catálogo se pre-



€373 000

en ventas correspondientes a mipymes marroquíes y tunecinas, con nuevos acuerdos en fase de tramitación

sentó a compradores de España, Francia y Alemania durante encuentros B2B organizados por el equipo de proyecto del ITC. El trabajo de los artesanos ha captado la atención y el apoyo del Banco de Alejandría, o Alexbank, un importante banco egipcio, que ha patrocinado el viaje de siete artesanos a Europa para reunirse con compradores potenciales.

«Alexbank se siente orgulloso de haber empezado a apoyar a un grupo de diseñadores egipcios jóvenes y prometedores dentro de un plan encaminado a mejorar el sector de la artesanía de Egipto ampliando sus posibilidades de acceder a los mercados de exportación», afirmó Laila Hosny, que dirige la oficina de responsabilidad social corporativa y desarrollo sostenible de la entidad, quien también indicó que el banco quería poner su experiencia en materia de financiación del comercio a disposición de los diseñadores.

El futuro

El ITC está ultimando una guía para la exportación de artesanía con información práctica para los artesanos sobre la exportación de sus productos.

Está previsto celebrar un taller de creación de capacidad en Argel previamente a la conclusión del proyecto en marzo de 2018.

El ITC está desarrollando proyectos de seguimiento en Argelia, Egipto, Marruecos y Túnez que también utilizarán reuniones B2B y creación de capacidad para estimular los acuerdos comerciales y la creación de empleo.



Financiador

Japón

ESTUDIO DE CASO

Apoyar la agregación de valor y el crecimiento de las exportaciones en el sector de la pashmina en Nepal



El desafío

Incluso cuando producen materias primas para productos que se venden a precios elevados en los mercados mundiales, las comunidades agrícolas de los países en desarrollo tan solo suelen percibir un pequeño porcentaje de las ganancias.

La pashmina, una lana de cachemir especialmente fina apreciada en el sector mundial de la moda por su suavidad y su calidez, procede de cuatro razas de cabras relacionadas del Himalaya. Nepal es conocido en el mercado de los artículos de lujo por su lana de pashmina de alta calidad. Las finas fibras procedentes de su cabra montesa de la raza chyangra son particularmente apreciadas.

Sin embargo, el sector se ha caracterizado por su volatilidad. Tras alcanzar los 82 millones de dólares en 2001, las exportaciones de pashmina de Nepal cayeron hasta los 30 millones de dólares en 2010 debido, en parte, a la competencia de productos de imitación de menor calidad. La reputación adquirida por el país durante años como fuente de confianza de productos de pashmina de alta calidad se vio afectada por el aumento de las presiones provocadas por la competencia en el sector.

El Gobierno de Nepal y la Asociación para la Industria de la Pashmina de Nepal (NPIA) admitieron que era necesario adoptar medidas concertadas para recuperar la cuota de mercado y recobrar los ingresos derivados de las exportaciones y la reputación del sector. Para ello, Nepal tenía que reposicionarse en el mercado, dirigiéndose hacia sectores de artículos de lujo de alto valor. El éxito en estos nichos de mercado es potencialmente lucrativo para los productores nepaleses de pashmina, pero exige que sean capaces de ofrecer productos exclusivos de alta calidad junto con un servicio excepcional a los compradores.

La respuesta

El ITC trabaja desde 2013 con el Ministerio de Comercio, Industria y Suministros de Nepal, la NPIA, un grupo de productores de pashmina seleccionados y otras partes interesadas del sector para diseñar y ejecutar intervenciones en la cadena de valor con el fin de impulsar tanto los ingresos derivados de la exportación como la diversificación de los productos y el mercado.

Para salvar una importante brecha de competitividad en el sector de la pashmina de Nepal, el ITC respaldó el fomento de la creación de marcas y una marca comercial para la pashmina de chyangra con el fin de diferenciar al producto en los mercados internacionales de competidores de menor calidad. La marca Chyangra Pashmina contó con el apoyo de materiales de comercialización, un sitio web, una película promocional y una campaña de promoción en las redes sociales en el Japón y en los Estados Unidos.

El ITC apoyó a la NPIA en el desarrollo de su cartera de empresas y servicios para responder mejor a las necesidades de sus clientes. Llevó a expertos en diseño de moda, comercialización y protección de marcas comerciales para impartir capacitación a empresas nepalesas para que creen colecciones de productos de alta calidad que se ajusten a las tendencias de la demanda y los reglamentos técnicos del mercado internacional de artículos de lujo. Gracias al apoyo del ITC, 42 productores de pashmina de Nepal pudieron participar en ferias de comercio en Francia, la Región Administrativa Especial de Hong Kong y los Estados Unidos.

Con el objetivo de impulsar las capacidades de desarrollo de productos en Nepal, el ITC conectó a la Escuela de Tecnología de la Moda de Namuna con la NPIA y la industria de la pashmina en general para el desarrollo de un curso especializado en diseño de pashmina.



1. Etiqueta de la marca comercial Chyangra Pashmina © Lucent Pictures 2. Mujer transformando la fibra en hilo, Nepal © Lucent Pictures
3. Expositores nepaleses de pashmina en la feria de comercio Apparel Sourcing París

Durante el proceso de planificación del proyecto el ITC detectó una carencia en los eslabonamientos regresivos entre la industria de la pashmina y los productores primarios y a raíz de ello incorporó a ganaderos al proceso con la NPIA y los ministerios pertinentes, propiciando la forja de conexiones directas de mercado y una respuesta mejorada a sus necesidades. El ITC también ayudó a crear la Asociación de Ganaderos Productores de Pashmina y Chyangra de Mustang que será el vehículo que ayude a los ganaderos a articular sus prioridades.

Los resultados

El proyecto Mejora y Apoyo al Comercio de la Pashmina ha demostrado que Nepal puede recuperar la cuota de mercado siempre que las partes interesadas del sector tengan una visión clara y común sobre cómo hacerlo. El proyecto ha contribuido al crecimiento y la diversificación del sector del cachemir de Nepal. La utilización de la marca comercial renovada y estandarizada Chyangra Pashmina se ha cuatriplicado con creces; el sector ha evolucionado, pasando de ser un modelo de venta mayorista *ad hoc* de productos de pashmina a cualquier comprador interesado para aplicar un enfoque más estructurado y orientado al cliente con el compromiso colectivo de promover el sector con la consigna de «Hecho en Nepal».

Las exportaciones nepalesas de productos de punto —frente a productos tejidos— de cachemir como jerséis, chaquetas y camisetas se incrementaron y pasaron de los menos de 2 millones de dólares registrados en 2012 a los más de 5 millones registrados en 2016/17 pese al desplome del comercio que se produjo a raíz del devastador terremoto que azotó al país en 2015. Veintiséis de las empresas a las que el ITC apoyó para que participaran en ferias de comercio internacionales declararon exportaciones adicionales por valor de 918 000 dólares.



\$918 000

**en ventas de exportación
adicionales correspondientes
a 26 empresas respaldadas por el ITC**

En líneas generales, las 42 empresas participantes en el proyecto aumentaron sus exportaciones en un 16 % en 2017, creando 214 empleos adicionales. Gracias a los vínculos establecidos entre los miembros de la NPI y los productores de Chyangra Pashmina, los ganaderos han obtenido precios hasta un 80 % más elevados.

La escuela de moda de Namuna ha capacitado a 35 alumnos en el desarrollo de productos de Chyangra Pashmina, la mayoría de los cuales han obtenido un empleo o están haciendo prácticas en el sector.

El futuro

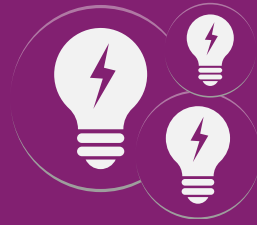
El ITC tiene previsto aprovechar el éxito del proyecto y ampliar el alcance y la magnitud de las actividades de creación de capacidad. Para los ganaderos de Chyangra Pashmina esto supondrá más eslabonamientos regresivos, comercialización y apoyo para añadir valor a las fibras mediante el lavado, la depilación y el enfardado. Esto, además de permitir a los ganaderos cobrar más por sus productos, permitirá al sector de la pashmina de Nepal satisfacer la demanda de los clientes mundiales de trazabilidad desde la fibra hasta el producto. Para el entorno empresarial en su conjunto, supondrá una mejora de las instalaciones de pruebas para la obtención de certificaciones internacionales de calidad y la formulación de una estrategia de exportación para el sector.



Financiador

Marco Integrado Mejorado

EL ITC INNOVA



Obtener precios más elevados para los productores africanos de café mediante subastas en línea



El desafío

Una de las funciones más importantes que desempeñan los mercados en la economía es la de propiciar la formación de los precios: las interacciones entre compradores y vendedores determinan el precio de un producto básico dado. Pero la formación de los precios solo tiene el efecto deseado para los vendedores cuando estos están bien informados y pueden elegir entre múltiples compradores potenciales.

Los productores de café selecto de alto valor de los países en desarrollo suelen carecer de oportunidades directas de formación de los precios con tostadores e importadores internacionales. El modelo de comercio tradicional, basado en relaciones, sitúa a los vendedores —en especial a las mipymes que carecen de recursos y redes de comercialización— en situación de desventaja en las negociaciones de precios, y hace que sean incapaces de obtener unos precios óptimos por sus granos de café.

La Asociación de Cafés Finos de África (AFCA), un grupo sin fines de lucro de partes interesadas de la cadena de valor del café, trabaja para promover las exportaciones de café selecto de África Oriental y Meridional. El grupo organiza el concurso Taste of Harvest, un evento dedicado a la degustación que se celebra

periódicamente y en el que se exhibe café africano de alta calidad con vistas a establecer vínculos con compradores internacionales que, de otro modo, podrían recurrir a países de origen más tradicionales. Una característica fundamental de estos eventos es la celebración de catas de café, degustaciones organizadas de café colado por parte de catadores certificados que determinan si los perfiles aromáticos de un café reúnen las características de un grado selecto.

El ITC colabora con la AFCA desde 2014 para respaldar la mejora de las conexiones entre los vendedores de café y los compradores internacionales. Sin embargo, pese a que con iniciativas como Taste of Harvest se lograba dar mayor visibilidad a los productores ganadores y se brindaba a los compradores internacionales la posibilidad de conocerles y presentarles ofertas directas de compra, el concurso no era una plataforma que respaldase la presentación de ofertas competitivas para el café selecto de África.

La solución

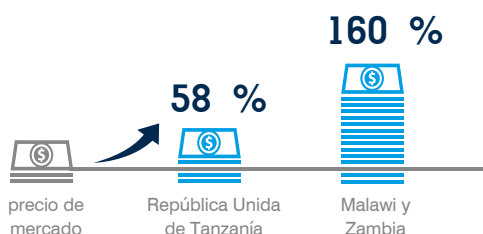
El ITC y la AFCA se asociaron con Bean Auction, un proveedor especializado de servicios de subastas en línea, seguros y logística para el sector del café radicado y en Londres.



Evaluando la calidad del café, World of Coffee 2017, Budapest



1.-4. Proceso de evaluación de la calidad del café, República Unida de Tanzania



Primas de precios sobre las tarifas normales de mercado a través de subastas piloto en línea

La AFCA sigue organizando los concursos de cata Taste of Harvest como siempre. El ITC ayudó a diseñar protocolos más estrictos para el concurso —y facilitó un laboratorio móvil— para ofrecer garantías de calidad a los compradores que pudieran no estar presentes físicamente. Los cafés que se consideran selectos se ofrecen para la venta a través de la plataforma en línea de Bean Auction. Cuando se cierra una venta, Bean Auction facilita la contratación de la exportación y la logística.

En 2016 y 2017 se celebraron concursos y subastas piloto en varios países del este y del sur de África. Las subastas, en las que participaron 13 licitadores internacionales activos que pujaron por lotes presentados para la venta por 18 empresas, generaron aproximadamente 110 000 dólares por la venta de 16 200 kilogramos de café. Sirvieron para concienciar a los gobiernos, los vendedores y los compradores y permitieron a los tres socios perfeccionar los protocolos relativos al concurso y a las subastas. Es más, redundaron en una subida de precios para los productores. Los cafés ganadores de un concurso inicial en la República Unida de Tanzania se vendieron a compradores de Suiza y el Reino Unido, alcanzando unos precios un 58 % más elevados que los precios del mercado, mientras que el lote de máxima calidad registró una subida de precios del 108 %.

Sobre la base de las experiencias piloto iniciales, en noviembre de 2017 se celebraron concursos de degustación y subastas de café de Zambia y Malawi, y se registraron ventas por un valor aproximado de 60 000 dólares —una subida del 160 % con respecto a los precios normales del mercado— con compradores procedentes del Taipéi Chino, Sudáfrica y el Reino Unido.

El futuro

Está previsto organizar concursos y subastas similares en la República Democrática del Congo, Kenya y Uganda. Las autoridades públicas de Uganda consideran que la plataforma contribuye a su estrategia de promover el segmento de mercado del café selecto entre compradores internacionales acostumbrados a pensar en Uganda como una fuente de café robusta convencional.

En el marco de la iniciativa SheTrades, el ITC se ha asociado con Bean Auction y la Asociación de Mujeres del Café de Etiopía para comprobar si la plataforma puede ayudar a las empresas cafeteras pertenecientes a mujeres de Etiopía a buscar nuevos compradores internacionales.

Bean Auction está introduciendo una nueva función que permitirá a los vendedores ofrecer varios lotes de café en el sitio durante períodos de tiempo más largos en lugar de durante el tiempo que dure la subasta. En principio, esto debería ayudar a que sean más los compradores que presenten ofertas por los lotes, mejorando la eficacia de la formación de los precios.



Financiador

Reino Unido



Promoción e integración de un comercio inclusivo y ecológico

Empoderamiento comercial de las mujeres

El programa de Empoderamiento Comercial de las Mujeres contribuye a la reducción de la pobreza, el crecimiento económico y el empoderamiento económico de la población femenina mediante el incremento de su participación en el comercio, aumentando el valor de las transacciones comerciales internacionales que realizan y diversificando los mercados a los que acceden.

Resultados principales



Más de **120 países** adoptaron una Declaración Conjunta sobre Comercio y Empoderamiento Económico de las Mujeres durante la Conferencia Ministerial de la OMC que tuvo lugar en Buenos Aires



1 millón: es el número de mujeres que los asociados de Shetrades se han comprometido a conectar con los mercados internacionales (Fecha límite original: 2020)



\$17,1 millones en oportunidades de negocio para empresas pertenecientes a mujeres

Aspectos destacados

El ITC prosiguió con sus labores de promoción para impulsar la agenda mundial sobre el empoderamiento económico de las mujeres en 2017. Junto con **Islandia** y **Sierra Leona**, la organización copresidió el Grupo de Trabajo sobre el Impacto del Comercio, creado en el marco de la sede de Ginebra de la red **Paladines Internacionales de la Igualdad de Género**, para promover la colaboración en los asuntos relacionados con el comercio y el empoderamiento de las mujeres en el seno de la comunidad política. Este trabajo dio sus frutos durante la Conferencia Ministerial de la Organización Mundial del Comercio (OMC) celebrada en Buenos Aires en diciembre y en la que más de 120 gobiernos adoptaron una Declaración Conjunta sobre Mujeres y Comercio, situando firmemente a las mujeres en la agenda comercial mundial. A comienzos de ese mismo año, el ITC y la **Comisión Europea** trabajaron conjuntamente en la organización de un Foro Internacional sobre Mujeres y Comercio que congregó a centenares de formuladores de políticas, representantes del sector privado y grupos de la sociedad civil procedentes de más de 40 países con el fin de recabar apoyo para utilizar la política comercial para avanzar en materia de igualdad de género. Bajo la presidencia alemana del grupo de las 20 economías principales (G20), el ITC ofreció asesoramiento técnico y liderazgo al grupo oficial de afinidad para el empoderamiento económico de las mujeres, el grupo Women 20 (W20)

A través de la iniciativa SheTrades, el ITC siguió conectado a mujeres empresarias con los mercados, con la celebración de eventos de creación de redes y encuentros entre empresas que generaron oportunidades comerciales valoradas en 17,1 millones de dólares, más de 7 millones de los cuales se generaron a través de trabajos sobre el terreno en colaboración con instituciones de apoyo al comercio y la inversión (IACI). Esto ayudó a aumentar la competitividad de las empresas pertenecientes a mujeres de los sectores del café, los servicios, los textiles y las



1.–2. Fabricación de calzado para Camper en el marco de la Iniciativa de Moda Ética, Etiopía © Nader Adem & CAMPER
3. Iniciativa de Moda Ética, Burkina Faso

prendas de vestir y a que encontraran nuevos compradores internacionales (véase el estudio de caso). Aproximadamente 10 millones de dólares derivados de estas oportunidades comerciales se generaron en la conferencia de SheTrades Global (antes conocida como Exposición y Foro de Mujeres Empresarias) celebrada en Estambul en el mes de febrero. En 2017, los asociados de SheTrades se comprometieron a conectar a 115 000 mujeres empresarias con los mercados internacionales, consiguiéndose el total de 1 millón mucho antes de la fecha objetivo inicial de 2020.

El aprovechamiento de las asociaciones siguió siendo un punto clave de atención en 2017, y el ITC cerró 20 acuerdos nuevos con corporaciones, organismos gubernamentales, asociaciones de mujeres, y otras entidades de las Naciones Unidas para trabajar conjuntamente en pos del empoderamiento de las mujeres como actores económicos. El ITC está trabajando con **eBay**, el sitio de comercio electrónico, para ayudar a 150 mujeres empresarias a digitalizar sus empresas mediante orientación individualizada y un año de acceso gratuito a una tienda en línea de eBay para sus productos.

Junto con la **Unión Internacional de Telecomunicaciones, ONU-Mujeres, la Universidad de las Naciones Unidas y GSM Association**, un órgano comercial para operadores de dispositivos móviles, en 2017 el ITC fundó la alianza mundial EQUALS con el fin de salvar la brecha digital entre mujeres y hombres mediante el fomento del acceso a oportunidades de tecnología, competencias y liderazgo para mujeres y niñas.

El ITC y la empresa del sector de la logística **UPS** establecieron una asociación para el fomento, la creación de capacidad, la participación del cliente y el desarrollo empresarial encaminada a conectar a 20 000 mujeres empresarias con los mercados internacionales.

En **Nigeria**, el ITC siguió trabajando con el Consejo de Promoción de las Exportaciones del país para el cumplimiento de su compromiso de conectar a 200 000 mujeres nigerianas con los mercados, celebrando 6 talleres nacionales sobre el acceso a los mercados extranjeros. Un componente adicional de este trabajo busca la vinculación de las mujeres con las instituciones financieras; en el marco de esta asociación, **Fidelity Bank**

identificará y recomendará a grupos de empresas de mujeres para la obtención de subvenciones. La red **Asociación de Empresas de Mujeres Nigerianas**, una red de 920 000 mujeres empresarias, se ha comprometido a incorporar a 10 000 mujeres empresarias a la plataforma SheTrades de aquí a 2020.

Tras un taller sobre SheTrades celebrado en Accra, **Ghana**, en el mes de noviembre, **EximBank de Ghana** se comprometió a conectar a 10 000 mujeres empresarias con los mercados y a ofrecer 10 millones de dólares en préstamos a mujeres empresarias de aquí a 2020.

Empoderamiento comercial de las comunidades desfavorecidas

El programa de Empoderamiento Comercial de las Comunidades Desfavorecidas tiene el objetivo de crear oportunidades de ingresos sostenibles para las comunidades marginadas mediante su conexión con los mercados internacionales. Promueve las conexiones orientadas a los mercados y ayuda a los pequeños productores, a menudo pertenecientes al sector informal, a agregar valor a los bienes y servicios de las cadenas de suministro que van desde la moda y los agronegocios hasta el turismo y los servicios de externalización de procesos empresariales.

Resultados principales



> 1 660 empleos creados mediante la Iniciativa de Moda Ética



38 marcas internacionales asociadas con la Iniciativa de Moda Ética

Aspectos destacados

En 2017, la Iniciativa de Moda Ética (IME) del ITC se centró en la ejecución de actividades en **Burkina Faso, Etiopía, Haití, Kenya y Malí**, y siguió haciendo hincapié en la inversión en la capacitación técnica para desarrollar las capacidades de los



1



2



3

1.-3. Iniciativa de Moda Ética, taller de Ndomo, Malí © ITC Ethical Fashion Initiative & Coralie Rabadan

artesanos para cumplir las exigentes normas del sector mundial de la moda.

La IME contribuyó directa e indirectamente a la creación de más de 1 660 empleos. Las conexiones con los mercados de exportación provocaron reducciones cuantificables de la pobreza. En las evaluaciones del impacto del proyecto se detectó que los microempre-

sarios que trabajaban con la iniciativa declaraban aumentos del ingresos del 287 %. Para muchos de ellos, ese aumento de los ingresos suponía poder pagar la educación de sus hijos.

Alrededor de 540 cooperativas, microempresas y empresas sociales –472 de ellas propiedad de mujeres– hicieron negocios internacionales en 29 mercados nuevos gracias al apoyo de la IME.

Utilizar el comercio para crear alternativas a la migración irregular en África Occidental

Si bien la relación existente entre el crecimiento económico y la migración es compleja, los datos empíricos sugieren que la existencia de oportunidades de empleo reduce la migración irregular entre los jóvenes.

El ITC está trabajando con financiación de la Unión Europea en **Burkina Faso, Gambia y Malí** para utilizar la demanda del mercado internacional para la creación de oportunidades de empleo, concretamente para las mujeres y los jóvenes.

En Burkina Faso y Malí, la Iniciativa de Moda Ética ya ha logrado que 800 artesanos trabajen como proveedores de marcas del mundo de la moda tales como EDUN, Brother Vellies, UnitedArrows y Sindiso Khumalo. Está previsto que la producción aumente hasta crear alrededor de 4 000 empleos.

En Europa, el ITC se ha asociado con Lai-momo, una empresa social radicada en Bolonia (Italia), para dotar a los migrantes de África Oriental en Italia con competencias nuevas relacionadas con la artesanía del cuero y la gestión de pequeñas empresas que podrían necesitar para crear una empresa o para trabajar en la cadena de valor de la moda como posibles repatriados voluntarios en sus países de origen.

En el marco del proyecto Empoderamiento de los Jóvenes (YEP) de Gambia, el ITC está fomentando el emprendimiento, apoyando a las mipymes y coordinando el desarrollo de competencias y capacitación profesional orientadas al mercado entre los jóvenes. Entre los aspectos prioritarios destacan el fomento de la agregación de valor y la internacionalización en los sectores de los agronegocios, los servicios empresariales y el turismo.

El ITC está trabajando con instituciones de capacitación técnica y profesional de Gambia para elaborar nuevos planes de estudio, mejorar la prestación de servicios y poner en marcha sistemas de seguimiento que ayuden a comprender mejor los resultados del mercado de trabajo. En colaboración con dichas instituciones, el ITC ha capacitado a jóvenes en diversas materias, entre ellas, la reparación de teléfonos móviles y ordenadores portátiles; la instalación de servicios de televisión por satélite y en circuito cerrado; la preparación del suelo; la producción ganadera y de cultivos; el manejo después de la cosecha; y el mantenimiento de herramientas. En total, 1 307 jóvenes de Gambia desarrollaron competencias relacionadas con los agronegocios, el turismo, la tecnología de la información y las comunicaciones, la moda y la construcción. A través de la plataforma de aprendizaje electrónico del ITC, el YEP inscribió a más de 200 participantes en un programa de emprendimiento en línea que incluye interacción con tutores locales.





4



5



6

4. Taller sobre juventud y comercio, Gambia 5. Ndeyfatou, un joven gambiano diseñador de moda 6. Agrocenta, vencedora del concurso de presentación de propuestas del WEDF

La Iniciativa de Moda Ética contribuyó a la mejora del desempeño operativo y de gestión de seis empresas sociales que actúan como centros de coordinación de la producción para la iniciativa y reinvierten los ingresos en la capacitación de artesanos de comunidades pobres. Esto ayudó a aumentar el número de compradores produciendo a través de ellas para los mercados doméstico y mundial de la moda. En 2017, se asociaron a la iniciativa 38 compradores, entre ellos, EDUN, Vivienne Westwood, Stella McCartney, Camper, Karen Walker, United Arrows, Yestadt Millinery, Brooklyn Circus, Marina Rinaldi, Urban Zen, Kevin Allwood, Brother Vellies, y MIMCO.

El ITC ha seguido promoviendo iniciativas que se valen de los mercados internacionales para mejorar los medios de vida de las comunidades de refugiados, así como de las mujeres desplazadas de la **República Árabe Siria** (véase El ITC innova).

Juventud y comercio

El programa Juventud y Comercio adopta un enfoque orientado al mercado con respecto a las oportunidades de empleo para los jóvenes mediante su apoyo a la capacitación profesional y el emprendimiento y la conexión de empresas pertenecientes a jóvenes con las cadenas de valor nacionales y extranjeras. En aras de un mayor alcance y un impacto duradero, el ITC trabaja a través de canales digitales, incluida su propia Academia de Comercio para Pymes, y también sobre el terreno con proveedores locales de educación y capacitación técnica y profesional.

Resultados principales



806 jóvenes libios con capacitación en emprendimiento y análisis de mercados



1 037 jóvenes de Gambia desarrollaron competencias relacionadas con los agronegocios, el turismo, la tecnología de la información y las comunicaciones, la moda y la construcción



2 concursos de presentación de propuestas dirigidos a jóvenes emprendedores de Hungría, Zimbabue, Ghana y Gambia que podían ganar servicios de asesoramiento y un premio en efectivo

Aspectos destacados

En el **Senegal**, el ITC trabajó con la Agence sénégalaise de promotion des exportations (ASEPEX), Trade Point Senegal (TPS) y la Organisation internationale de la Francophonie (OIF) en el desarrollo de un paquete de asistencia técnica que permitiera a mujeres y jóvenes emprendedores a aprovechar las oportunidades que brinda el comercio electrónico. En el marco de esta iniciativa se creó un mercado virtual denominado Made in Senegal (www.made-in-senegal.org) para brindar apoyo institucional y una presencia en línea a las mipymes senegalesas.

El ITC celebró su primer concurso de presentación de propuestas dirigido a jóvenes empresarios sociales durante el Foro Mundial para el Desarrollo de las Exportaciones celebrado en Hungría en colaboración con el programa Accelerate 2030 de Impact Hub y la incubadora Design Terminal radicada en Budapest. Agrocenta, una empresa emergente de Ghana con una plataforma en línea que permite a los agricultores utilizar sus teléfonos móviles para comercializar sus productos y acceder a servicios de transporte por carretera, fue galardonada con el premio de 5 000 euros por parte del jurado de inversores de impacto y líderes empresariales. Agrocenta y los otros tres finalistas, también del sector de la agroalimentación, recibirán orientación gratuita del ITC y sus asociados para mejorar sus productos, servicios y modelos empresariales.

En **Gambia**, el ITC está reforzando el ecosistema institucional para la capacitación técnica y profesional con el fin de vincularlo mejor a las necesidades del mercado laboral a través del desarrollo curricular, los programas de capacitación y los programas de aprendizaje. El objetivo último es ayudar a abordar la migración irregular de los jóvenes gambianos fomentando oportunidades económicas y el empoderamiento dentro del país.



1. Quinoa peruana en un almacén de Sao Paulo 2. Oficina de comercio del Perú (Brasil)

El ITC es un miembro activo de la **Iniciativa Mundial sobre Trabajo Decente para los Jóvenes**, una alianza de todo el sistema de las Naciones Unidas para la promoción del empleo juvenil.

Comercio para el desarrollo sostenible

El programa del ITC Comercio para el Desarrollo Sostenible (T4SD) promueve las cadenas de valor sostenibles como un medio para ayudar a las empresas de los países en desarrollo a agregar valor a sus productos y servicios. Trabaja en todos los eslabones de la cadena de valor para ayudar a las empresas a comerciar de un modo más sostenible preparándolas para conocer mejor el panorama de las iniciativas de sostenibilidad y conectar con socios empresariales. T4SD ofrece plataformas en línea y capacitación específica para respaldar el abastecimiento sostenible, mejorar la producción climáticamente inteligente y promover el cumplimiento con las normas voluntarias.

Resultados principales



2 000 usuarios activos de Sustainability Map, la nueva plataforma de conexión con los mercados orientada a la sostenibilidad



257 formuladores de políticas, asociaciones industriales y empresas capacitados en normas de sostenibilidad voluntarias, oportunidades de acceso al mercado y la utilización de las herramientas de sostenibilidad del ITC



7 millones de toneladas de importaciones de soja en la Unión Europea (UE) procedentes de países como la Argentina, el Brasil, la India, el Paraguay, el Uruguay y Ucrania, consideradas conformes con los requisitos de sostenibilidad de la UE

Aspectos destacados

La base de datos Standards Map siguió ampliándose; ahora abarca 240 iniciativas de sostenibilidad de más de 80 sectores y 180 países. El ITC lanzó un nuevo portal en línea, Sustainability Map, para conectar a productores y compradores y ofrecer información sobre cómo cumplir con las normas de sostenibilidad más extendidas en los mercados objetivo de los usuarios.

Se invitó al ITC a asociarse con la **Unión Europea (UE)** para organizar el Premio a las Ciudades Europeas Promotoras del Comercio Justo y Ético, que reconocerá y premiará a las autoridades locales que apoyen el comercio sostenible. La organización también trabajará con la UE en la realización de investigaciones y análisis de la demanda de productos certificados de comercio justo y ético por parte de la UE.

En **Ghana**, el ITC lanzó la primera fase de la iniciativa Chocothon, una iniciativa de múltiples asociados con Google Food Lab, la Business School Lausanne, el Future Food Institute y la plataforma Crowdfunding para buscar soluciones nuevas que permitan a los agricultores del cacao producir de un modo más sostenible y conectar con compradores.

Tras brindar apoyo a 600 agricultores del cacao en **Colombia** para evaluar y mejorar su desempeño en materia de sostenibilidad, el ITC y Swisscontact lanzaron la guía básica para la quinoa sostenible en el Perú, una guía que permite a los productores de quinoa realizar diagnósticos de sostenibilidad preliminares antes de iniciar los procesos formales de certificación.

En **Camboya y Nepal**, el ITC empezó a ejecutar proyectos piloto para propiciar la participación de las mipymes proveedoras, incluidos los pequeños agricultores, en las cadenas de valor sostenibles utilizando la plataforma Sustainability Map para señalar sus prácticas a los compradores potenciales y establecer asociaciones empresariales a largo plazo.

En colaboración con la **Federación Europea de Fabricantes de Alimentos Compuestos para Animales (FEFAC)**, el ITC estableció un sistema para la evaluación comparativa de la sostenibilidad en la producción de soja con el que se determinó que 7 millones de toneladas de soja importadas por la UE de países



3.-5. Chocothon de Ghana

como la Argentina, el Brasil, la India, el Paraguay, el Uruguay y Ucrania, cumplían con los requisitos de sostenibilidad de la UE, abriéndose así la puerta a cuotas de mercado más elevadas y precios más altos para los productores.

En colaboración con **Dinamarca**, el ITC trabajó con empresas danesas y ganaderos de porcino y productos lácteos para prepararles para comparar la reglamentación y los códigos industriales nacionales con las normas de sostenibilidad internacionales, así como para aprender a autoevaluarse con respecto a ambos elementos.

El ITC colaboró con dos informes sobre normas de sostenibilidad en 2017. *Social and Ambient Studies: From Fragmentation to Coordination* (Estudios sociales y medioambientales: de la fragmentación a la coordinación), publicado con el Instituto Universitario Europeo, arroja luz sobre cómo pueden colaborar las organizaciones normativas y las empresas privadas para reducir la duplicación innecesaria existente entre las normas de sostenibilidad y las auditorías de los productores. *El estado de los mercados de sostenibilidad 2017: estadísticas y nuevas tendencias*, una publicación anual elaborada con el Instituto de Investigación sobre Agricultura Orgánica y el Instituto Internacional de Desarrollo Sostenible, ofrece datos de mercado correspondientes a productos básicos relacionados con 14 normas de sostenibilidad fundamentales.

Financiadores de 2017

Financiadores principales

Alemania, Canadá, China, Finlandia, India, Irlanda, Noruega, Suecia
Programa de Comercio para un Desarrollo Sostenible:
Alemania, Suiza, Unión Europea

Financiadores específicos del proyecto

Alemania, Australia, Dinamarca, Estados Unidos, Francia, Japón, los Países Bajos, Malí, Organisation internationale de la Francophonie, PepsiCo, Plataforma Iniciativa para una Agricultura Sostenible, Suiza, Trademark East Africa, Unión Europea

ESTUDIO DE CASO

Empoderar a las mujeres empresarias en toda la región del océano Índico



El desafío

En el último siglo, las mujeres de todo el mundo han logrado avances espectaculares en relación con el derecho a voto, el estatus social y como agentes económicos. Sin embargo siguen teniendo menos probabilidades que los hombres para acceder a un trabajo remunerado y, cuando lo hacen, ganan menos que los hombres en ocupaciones similares. Las restricciones laborales y los impedimentos legales por motivos de género limitan con demasiada frecuencia a las mujeres a trabajos mal remunerados en el sector informal. Las mujeres tienen un 20 % menos de probabilidades que los hombres para acceder a una cuenta bancaria y menos probabilidades que los hombres para pertenecer a redes empresariales formales.

Además de las consecuencias para cada niña, cada mujer y cada familia, estas desigualdades tienen un costo económico inmenso: según algunas estimaciones, si se alcanzase la igualdad de género en la economía, se añadiría hasta una cuarta parte del PIB mundial. Los Objetivos de Desarrollo Sostenible reconocen con acierto que la erradicación de la pobreza extrema es imposible sin un avance sustancial en la igualdad de género en el hogar, la escuela y el lugar de trabajo.

La respuesta

El ITC trabaja desde mediados de 2016 con la Asociación de los Países del Océano Índico para abordar las principales barreras a las que se enfrentan las mujeres empresarias. El proyecto se centra en tres países de la asociación —Indonesia, Kenya y Sri Lanka— con el objeto de mejorar la competitividad de las empresas pertenecientes a mujeres y de conectarlas con mercados e inversores del sector de los servicios, más concretamente del turismo y de la tecnología de la información. Como parte de la iniciativa mundial SheTrades del ITC para promover el empoderamiento económico de las mujeres, el proyecto ha podido utilizar la marca y la red SheTrades para tender puentes entre mujeres empresarias, compradores internacionales, instituciones públicas y otros facilitadores tales como Facebook.

Uno de los pilares clave del proyecto ha sido la recopilación de datos desglosados por género trabajando estrechamente con instituciones de apoyo al comercio y la inversión de los tres países seleccionados para informar sobre la competitividad de 300 mujeres. Estos datos detallados hacen posible identificar cuellos de botella que afectan específicamente a las empresas pertenecientes a mujeres y diseñar recomendaciones políticas y asisten-

Una plataforma de comercio electrónico nacida de las flores

Tras fundar una exitosa floristería en línea (www.sendflowers.co.ke), Phyllis Mwangi decidió crear una plataforma para otros negocios en línea de África. El resultado: Tandao Commerce, una plataforma que ofrece servicios de alojamiento de sitios web; nombres de dominio; procesamientos de pagos; software para catálogos y gestión de inventarios, y enlaces sencillos con las redes sociales.

Con el apoyo de SheTrades, Tandao Commerce asistió a la edición de la CeBIT celebrada en Hannover en marzo de 2017. En la feria, la empresa logró hacerse con una subvención de 60 000 dólares de la mano de Salesforce, la empresa de computación en la nube radicada en San Francisco, y Vito Ventures, una empresa alemana de capital riesgo, para la financiación de su programa social concebido para impulsar la presencia en línea de 100 empresas pertenecientes a mujeres e impartirles capacitación sobre la gestión de empresas sostenibles.

Tandao Commerce también identificó nuevas tecnologías y soluciones para la mejora de su propia oferta de servicios.





1. Mujer empresaria, feria de comercio CeBIT, Alemania 2. Mesa redonda, feria de comercio CeBIT, Alemania 3. Estand de SheTrades de Indonesia y Sri Lanka en la feria comercial ITB de Berlín

cia técnica acordes a cada contexto para impulsar su competitividad.

Las reuniones entre empresas (B2B) son otro componente de peso del proyecto para compensar las dificultades con las que tropiezan las mujeres empresarias de la región cuando intentan conectar con posibles compradores internacionales. Además de identificar a asociados prometedores y organizar encuentros B2B en ferias de comercio, el ITC ayuda a las empresas pertenecientes a mujeres a sentar las bases del éxito, ayudándoles con la preparación de exhaustivos perfiles empresariales y brindándoles apoyo personalizado en relación con la capacidad para dirigirse a los compradores e impresionarles.

Los resultados

Las actividades de B2B del proyecto generaron ventas confirmadas por valor de más de 1,1 millones de dólares en 2017, con nuevos acuerdos en fase de tramitación, debido a que 103 mipymes pertenecientes a mujeres o dirigidas por mujeres conectaron con 328 compradores internacionales de 66 países. Por ejemplo, ORA Dive, una empresa de Indonesia que organiza rutas de buceo por el Parque Nacional de Komodo, registró alrededor de 150 000 dólares en ventas con compradores de Australia, Filipinas, la República de Corea y los Estados Unidos tras haber recibido capacitación del ITC sobre comercialización y negociación y haber participado en reuniones B2B en importantes ferias de comercio del sector del turismo en Berlín y Macao. Representantes de Saraii Village, un hotel situado al sur de Sri Lanka, cerró ventas por valor de 60 000 dólares con compradores europeos.

Se han realizado actividades adaptadas de creación de capacidad que han congregado a un amplio abanico de asociados y han contribuido a reforzar las asociaciones con el sector privado y a aumentar los resultados del proyecto. La capacitación en materia de comercialización digital y comercio electrónico en Sri Lanka, por ejemplo, se impartió en colaboración con Google. Los participan-

tes declaran que han ampliado sus conocimientos sobre comercio electrónico y han perfeccionado sus sitios web, lo que les ha generado un contacto más amplio con compradores potenciales.

Los estudios de SheTrades sobre la competitividad de las pymes elaborados por el proyecto han desvelado resultados específicos nacionales sobre el modo en que operan las empresas pertenecientes a mujeres, sentando las bases para la búsqueda de soluciones específicas para ayudarles a prosperar. En Indonesia, por ejemplo, se descubrió que las pequeñas empresas pertenecientes a mujeres gozaban del doble de oportunidades para utilizar las redes sociales frente a los medios publicitarios tradicionales para promover sus productos. Como resultado de ello, el proyecto se asoció con la iniciativa #SheMeansBusiness de Facebook Asia Pacífico para desarrollar materiales sobre comercialización digital y comercio electrónico para mujeres empresarias. El proyecto ha apoyado por el momento a 411 mipymes de los tres países para mejorar sus competencias y su capacidad para conectar con los mercados internacionales.

El futuro

Las actividades de asistencia técnica y la participación en las ferias de comercio proseguirán hasta la finalización del proyecto en junio de 2018. Las mujeres empresarias de la región pueden seguir utilizando la aplicación de SheTrades para buscar compradores potenciales, acceder a información sobre eventos de mercado y participar en actividades de aprendizaje en línea. Esto permite a SheTrades mantener su impacto positivo para las mujeres empresarias de la región mucho después de que finalice el proyecto.

El ITC repetirá su trabajo en la región a través de otros proyectos que operan bajo la iniciativa SheTrades y de asociaciones con el sector privado y con instituciones de apoyo al comercio y la inversión. La Secretaría de la Asociación de los Países del Océano Índico ha invitado al ITC a presentar su trabajo a los Estados miembros del grupo en el taller que va a celebrar en mayo de 2018.



Financiador

Australia

ESTUDIO DE CASO

Los productores de cacao de Colombia utilizan guías de sostenibilidad para obtener precios más altos



El desafío

Los consumidores de todo el mundo se muestran cada vez más interesados por conocer el lugar de procedencia de los alimentos que consumen y los productos que utilizan, y por el modo en que se fabrican. Una consecuencia de ello ha sido la proliferación de normas públicas y privadas, códigos de conducta y otras iniciativas de sostenibilidad que buscan asegurar a los consumidores que los artículos que adquieren respetan principios que van desde la producción orgánica hasta la protección de la pluvielva o los salarios decentes.

Si bien el cumplimiento de estas normas de sostenibilidad puede reportar subidas lucrativas de los precios para los productores, no es tarea fácil. Más allá de los gastos relacionados con el cumplimiento de las demandas, a menudo exigentes, de una iniciativa concreta, están los costos asociados a las auditorías para demostrar el cumplimiento, así como a la obtención de la certificación oficial que abre las puertas a los nichos de mercado. Puede ser complicado incluso averiguar qué normas son importantes en un mercado concreto.

En Colombia, la demanda de cacao producido de forma sostenible entraña oportunidades para los agricultores. Sin embargo, los productores tienen experiencias diversas con la certificación de la sostenibilidad. Los requisitos de algunos programas de certificación son difíciles de cumplir y eso genera confusión entre los productores. En otros casos, las cooperativas de agricultores no obtuvieron los beneficios financieros que esperaban de sus inversiones debido en parte a que iniciaron el proceso de certificación sin estar alineados con los posibles compradores.

La respuesta

El ITC, en colaboración con la oficina colombiana de Swisscontact, una fundación suiza sin fines de lucro que promueve el desarrollo del sector privado, desarrolló una herramienta en línea a medida para ayudar a los productores de cacao a comprender, y cumplir con, las normas internacionales de sostenibilidad, así como a conectar con compradores potenciales. Esta herramienta, conocida como Lineamientos Básicos de Cacao Sostenible (LBCS) se basa en la herramienta Sustainability Map del ITC, que agrega información sobre centenares de normas de sostenibilidad y códigos de conducta para que puedan consultarla los usuarios.

La guía LBCS ayuda a los productores y a sus cooperativas a comprender los diversos criterios en los que se fijan las certificaciones internacionales de sostenibilidad y a realizar autoevaluaciones que les aporten un diagnóstico inicial sobre las prácticas que tienen que perfeccionar para solicitar la certificación oficial.

Como las conexiones con los compradores dispuestos a pagar un precio más elevado por el cacao sostenible son fundamentales para que los productores obtengan un retorno de lo que invierten para obtener la certificación, los usuarios de la herramienta LBCS pueden conectar con compradores internacionales potenciales a través de la plataforma Sustainability Map del ITC. Además, el proyecto respaldó la participación de productores de cacao en las principales ferias de comercio, tales como el Salon du Chocolat 2017 de París.

Este trabajo surgió de un acuerdo alcanzado a comienzos de 2017 entre Swisscontact Colombia y la Red Cacaotera, una red colombiana de productores de cacao, para promover la guía LBCS entre organizaciones de productores de cacao con el objetivo de aplicar prácticas de producción sostenible mejorando al mismo tiempo el acceso a los mercados internacionales. Esto se basó en trabajos anteriores con otros grupos de agricultores del país.



1.-4. Producción de cacao en Colombia

Los resultados

Técnicos de tres organizaciones relacionadas con el cacao elaboraron informes de diagnóstico de 600 agricultores, una tercera parte de ellos mujeres, con cuyo trabajo se sustentan los medios de vida de unas 1 600 personas. Los usuarios afirman que el sistema de LBCS les ha ayudado a utilizar mejor los recursos, permitiéndoles realizar evaluaciones realistas de sus capacidades.

«También nos muestra qué es lo que podemos conseguir realmente», afirmó Luis Martínez, de la cooperativa Corpoteva. «¿Qué sentido tendría ponerse a trabajar para la obtención de una certificación orgánica si vemos que estamos muy lejos de obtenerla? Tras la autoevaluación vimos que era más realista centrarse en una certificación de comercio justo».

El Salon du Chocolat de París y otras oportunidades de creación de redes dieron lugar a 175 000 dólares en ventas para los productores afiliados a la Red Cacaotera con compradores de Bélgica, los Países Bajos, Suiza y el Reino Unido. Está previsto poder madurar contratos adicionales por valor de 200 000 dólares. Varias empresas chocolateras de Europa, los Estados Unidos y Colombia conocen ahora la herramienta LBCS y están interesadas en comprar a cooperativas que utilicen el sistema. Trabajos similares realizados en el pasado han sentado las bases para el reconocimiento internacional y una marcada subida de los precios que obtienen los productores. Los productores afiliados a la Alianza Exportadora de Tumaco del suroeste del país han duplicado con creces sus precios de venta a raíz de recibir un premio a la calidad de su cacao en el Salon du Chocolat en 2015. Los diagnósticos de la plataforma LBCS les ayudaron a recuperar las certificaciones orgánicas y de comercio justo que habían perdido debido a la falta de consistencia en la aplicación de los requisitos de sostenibilidad.

El futuro

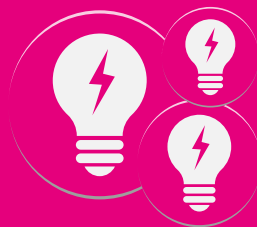
En 2018, el ITC, Swisscontact Colombia y la Red Cacaotera tienen previsto trabajar con organizaciones representantes de aproximadamente 1 600 agricultores y sus familias en los departamentos de Bolívar, César y Magdalena para aplicar las directrices de LBCS y mejorar la productividad y la calidad del cacao. El objetivo es que al menos 25 de las 54 organizaciones de la red utilicen la herramienta LBCS para ayudar a sus miembros a cumplir con las directrices básicas de sostenibilidad y a acceder a los mercados internacionales.



Financiador

Suiza

EL ITC INNOVA



Mejorar los medios de vida de las mujeres sirias desplazadas a través del comercio



El desafío

Alrededor de 65 millones de personas de todo el mundo se han visto obligadas a desplazarse de sus hogares. Dos terceras partes permanecen dentro de las fronteras de su país de origen. Los desplazados internos tienen que hacer frente a muchos de los desafíos que afrontan los refugiados que han cruzado las fronteras internacionales: la pérdida del empleo, las empresas y las redes, así como de la propiedad que podría haberles servido como garantía para la financiación de nuevos proyectos.

Desde el comienzo del conflicto civil que se vive en la República Árabe Siria desde 2011, se han desplazado más de la mitad de sus 18 millones de habitantes, 5,4 millones como refugiados y más de 6 millones dentro del país. Para la mayor parte de ellos, la vida económica se ha visto gravemente alterada, pero no ha cesado: gastan los ahorros que fueron capaces de conservar y aprovechan cualquier oportunidad de trabajo que pueden, a menudo en los límites de la economía informal.

La paz y la estabilidad son dos requisitos para el crecimiento económico sostenido que hace avanzar a las sociedades de la pobreza relativa a la prosperidad. Sin embargo, hasta en los entornos más frágiles las oportunidades económicas representan una gran diferencia para los medios de subsistencia de las personas y el bienestar familiar. La mejora del empleo y el salario se

traduce en la mejora de la nutrición y la educación, y en unas competencias que resultarán útiles a los trabajadores en el futuro. La conexión con la demanda del mercado internacional, si bien resulta especialmente complicada, puede ampliar las oportunidades económicas de las personas que residen en regiones afectadas por conflictos. El emprendimiento social puede hacer posibles estas conexiones de mercado.

La solución

El ITC colabora desde 2016 con Rania Kinge, una diseñadora y empresaria suiza-siria, para llevar joyas, bolsos y otros complementos fabricados a mano por mujeres desplazadas internas en la República Árabe Siria a compradores internacionales. El ITC ha ayudado a la empresa social de Kinge, Damascus Concept, y a su marca I Love SYRIA, a conectar con nuevos clientes internacionales a través del comercio electrónico y una serie de tiendas temporales en Europa.

Kinge, que antes trabajaba como programadora informática, se dio cuenta de que la artesanía siria tradicional ofrecía a las mujeres que ella contrata —muchas de las cuales no tenían ningún empleo en sus ciudades natales— una vía para fabricar productos que los clientes internacionales estarían dispuestos a comprar.





1. Estand de artesanía siria en Fêtes de Genève 2.-3. Mujeres desplazadas trabajando para I Love SYRIA y Damascus Concept, República Árabe Siria 4. Discurso de la Directora Ejecutiva Adjunta del ITC Dorothy Tembo durante la Semana de la Paz de Ginebra de 2017

El aumento de la demanda ha generado mayores ingresos y creación de empleo. La empresa social de Rania Kinge empezó trabajando con 20 mujeres en Damasco y ahora contrata los servicios de más de 130 mujeres de la capital y de Latakia.

El ITC se asoció con Kinge para impulsar la presencia en línea de sus negocios mediante servicios de asesoramiento sobre la preparación de listados en línea y la utilización de herramientas basadas en la nube para la gestión de inventarios y la manipulación de los pedidos. Al mismo tiempo, el ITC organizó una serie de eventos en los que posibles clientes podrían descubrir y adquirir productos fabricados por I Love SYRIA y Damascus Concept, y compartir su experiencia como clientes en la red. Desde un zoco de productos sirios organizado en Ginebra en 2016 hasta un stand en la Oficina de las Naciones Unidas en Ginebra para la Caravana Electrónica por la Paz del ITC en 2017, los eventos temporales generaron ventas presenciales por valor de más de 40 000 dólares, aumentaron el tráfico en línea y la demanda, y permitieron a Kinge obtener opiniones directas para mejorar el diseño de sus futuros productos.

Pese a los enormes obstáculos – la perturbación económica resultante del conflicto, las barreras sociales a las que se enfrentan las mujeres en la economía siria y los problemas prácticos asociados a la importación de materias primas, así como al traslado físico de productos a los mercados internacionales (toda la mercancía se transporta a través del vecino Líbano)– la empresa social de Kinge pronto será rentable. Tras empezar trabajando con 20 mujeres en Damasco, su negocio ha añadido un segundo taller en la localidad costera de Latakia y ahora contrata los servicios de más de 130 mujeres. Su presencia en línea está creciendo con fuerza —la comunidad de I Love SYRIA de Facebook ya cuenta con más de 27 000 miembros y la de Damascus Concept supera los 18 000. Los grandes almacenes Shibuya 109 de Tokio venden productos de los negocios de Kinge desde julio de 2017.

El futuro

El Gobierno del Japón se ha comprometido a seguir trabajando con el ITC en la República Árabe Siria. En el marco de un nuevo proyecto se trabajará con un grupo de 15 artesanos, la mayor parte de ellos mujeres, para desarrollar nuevos productos de artesanía y venderlos a compradores internacionales. Para prestar su asistencia técnica, los expertos del ITC trabajarán con consultores locales y organizaciones internacionales que operan sobre el terreno.



Financiador

Japón

Apoyo a la integración económica regional y a las relaciones Sur-Sur

Impulsar el comercio regional

El programa Impulsar el Comercio Regional trabaja con los gobiernos y con el sector privado para aumentar la participación de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) de las economías en desarrollo y en transición en el comercio y las inversiones regionales.

Resultado principal



Creación del mecanismo de alerta sobre obstáculos al comercio y el portal de información ConnectUEMOA para impulsar el comercio intrarregional en la Unión Económica y Monetaria de África Occidental

Aspectos destacados

El ITC ha formado parte de un esfuerzo colectivo de la **Unión Económica y Monetaria de África Occidental** (UEMOA, también conocida como UEMOA), para ayudar a este bloque de ocho miembros a impulsar el comercio intrarregional (véase el estudio de caso). En el presente informe se ofrece una descripción del trabajo realizado con los países de la UEMOA. Las intervenciones del ITC van desde el apoyo a la ejecución del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la Organización Mundial del Comercio (OMC) hasta la creación de una red regional de instituciones de apoyo al comercio y la inversión, y el establecimiento de plataformas regionales para la inteligencia comercial, las medidas no arancelarias y el comercio electrónico. El ITC también contribuyó al informe sobre la política comercial regional del bloque para 2017 y capacitó a representantes de sus Estados miembros con la intención de armonizar la metodología del bloque para la realización de análisis para el examen de las políticas comerciales. Además, el ITC organizó ferias de comercio en la re-

gión, poniendo el acento en el embalaje y en la celebración de reuniones entre empresas (B2B).

En el **Espacio Centroeuropeo de Libre Comercio**, el ITC trabajó estrechamente con el sector privado en la identificación de las medidas no arancelarias (MNA) que frenan el comercio tanto dentro del bloque como con otros países. Para los sectores de los metales y las hortalizas, el ITC promovió una serie de diálogos entre los sectores público y privado para definir políticas que reduzcan las limitaciones que afectan al comercio.

En el **Oriente Medio y África del Norte**, el ITC contribuyó a la mejora de la recopilación de datos sobre MNA con el desarrollo de un sistema de gestión de datos que satisfaga las necesidades de los exportadores, las instituciones de apoyo al comercio y la inversión (IACI) y los formuladores de políticas. Se recopilaban las MNA que afectan a las empresas de Marruecos, Túnez, Argelia, Egipto y Jordania y se organizaron y se pusieron a disposición pública.

Como parte de las labores de promoción de las cadenas de valor regionales del algodón en la **Comunidad Económica de los Estados del África Central** (CEEAC) y el **Mercado Común para África Oriental y Meridional**, el ITC ayudó a poner en marcha estrategias regionales del algodón para ambos bloques. Los Estados miembros de la CEEAC han promulgado leyes nacionales para la implantación del marco regional para el algodón. En **Zambia**, el apoyo prestado por el ITC a la Cotton Ginning and Pressing Company de Mumbwa, una desmontadora propiedad de agricultores, ha aumentado las facturas de los agricultores algodoneros y ha alentado al Gobierno a promover más operaciones lideradas por los agricultores. De acuerdo con Arvind, una empresa textil de la India, la calidad del algodón ha aumentado. Los proyectos del ITC trabajaron conjuntamente para promover el comercio regional mediante el abastecimiento de algodón del Este de África para el proyecto de la Iniciativa de Moda Ética en Burkina Faso.

Comercio e inversiones Sur-Sur

El Programa Comercio e Inversiones Sur-Sur promueve vínculos comerciales sostenibles entre mercados emergentes, países en desarrollo y países menos adelantados mediante la facilitación del comercio y la promoción de la inversión y las transferencias tecnológicas.

Resultados principales



\$11 millones en acuerdos comerciales catalizados para exportadores de Etiopía, Kenya, Rwanda, Uganda y la República Unida de Tanzania con la India y la Unión Europea



\$26,5 millones en acuerdos de inversión confirmados y 116,8 millones de dólares en oportunidades potenciales propiciadas desde la India y China con Etiopía, Kenya, Mozambique, Rwanda, Uganda, la República Unida de Tanzania y Zambia

Aspectos destacados

En el marco del proyecto **Apoyo al Comercio y la Inversión de la India en África** (SITA) para aumentar los vínculos comerciales y en materia de inversión entre la India y el Este de África, el ITC organizó en 2017 reuniones B2B, misiones de exposición y capacitación que dieron lugar a acuerdos comerciales por un valor total de 11 millones de dólares, acuerdos de inversión confirmados por un valor total estimado de 26,5 millones de dólares y otros 41,8 millones de dólares en oportunidades de inversión en varias fases de negociación. Durante ese año tuvo lugar la primera inversión confirmada por una mipyme india en el sector del calzado de piel de Uganda para la producción de zapatos infantiles y masculinos.

La transferencia de tecnología y de conocimientos entre la India y África fue uno de los focos de atención del trabajo realizado en 2017, que incluyó desde técnicas de producción y manipulación después de la cosecha para las especias y las legumbres hasta orientación dirigida a mujeres empresarias. En el sector de la tecnología, empresas sociales de Kenya y la India capacitaron a 50 mujeres en materia de redes sociales y comercialización digital; en un programa distinto se ofrecieron prácticas en empresas indias a graduados de Kenya, Uganda y Rwanda (véase el estudio de caso). Un proyecto similar, la Asociación para el Crecimiento y la Inversión en África (PIGA), se propone aumentar el desarrollo impulsado por la inversión y la creación de empleo en los sectores del agroprocesamiento y la manufactura ligera en Etiopía, Kenya, Mozambique y Zambia a través del aumento de los lazos con China en materia de inversión.

El ITC organizó seminarios sobre inversión y eventos de encuentro entre empresas en China que dieron lugar a la creación de una red empresarial de más de 1 400 empresas chinas y africanas. A través de estas conexiones, las empresas chinas y africanas iniciaron 192 acuerdos de inversión que podrían alcanzar un valor aproximado de 75 millones de dólares en un amplio abanico de sectores, desde la cosmética hasta el procesamiento de alimentos.



Fabricación de calzado, Kenya

El ITC también está trabajando en la mejora de las capacidades de exportación de mipymes de países menos adelantados de Asia para comerciar dentro de esta región económicamente dinámica mediante la combinación de la mejora del acceso a la información comercial y de mercado; un mayor conocimiento de las restricciones empresariales; y capacitación para cumplir los requisitos del mercado; así como contactos B2B en ferias de comercio.

El ITC y el minorista chino de Internet Alibaba publicaron una guía conjunta, *E-Commerce in China: Opportunities for Asian Firms* (El comercio electrónico en China: oportunidades para empresas asiáticas), que explica qué tienen que hacer las mipymes para acceder al mercado chino. Más de 400 mipymes de Bangladesh, Camboya, la República Democrática Popular Lao, Myanmar y Nepal recibieron capacitación sobre la cultura de las empresas chinas, preferencias de compra y procedimientos de exportación, y también sobre cómo vender sus productos a través de los mercados en línea. Tras reunirse con compradores potenciales chinos en ferias de comercio, varias mipymes están ultimando acuerdos para productos que van desde gambas hasta cosméticos. Dos empresas de Bangladesh firmaron un memorando de entendimiento por valor de 75 000 dólares para la venta de productos orgánicos para el cuidado de la piel y productos de limpieza ecológicos. Una empresa de marisco de Myanmar negoció un contrato para un envío inicial de langostinos jumbo por valor de 800 000 dólares a China.

Financiadores de 2017

Financiadores principales

Alemania, Canadá, China, Finlandia, India, Irlanda, Noruega, Suecia

Financiadores específicos del proyecto

China, Corporación Islámica Internacional para la Financiación del Comercio, Finlandia, los Países Bajos, Reino Unido, UEMOA, Unión Europea

ESTUDIO DE CASO

En África Occidental, un enfoque pluridimensional para impulsar el comercio regional



El desafío

En África, tal vez incluso más que en otros continentes, la integración económica regional ofrece la posibilidad de mejorar los niveles de vida, crear mejores empleos y fomentar la agregación de valor y la diversificación más allá de los productos primarios. La reducción de los obstáculos al comercio transfronterizo y la inversión permite a las 54 economías de África, la mayoría relativamente pequeñas, obtener los beneficios en materia de productividad que acompañan al aumento de la especialización y la escala. Por otra parte, los productos con los que comercian los países africanos entre ellos tienden a ser más sofisticados que los que exportan al resto del mundo: mientras que el 25 % del comercio intrarregional corresponde a productos de alta tecnología, estos solamente representan el 14 % de las exportaciones del continente a los países desarrollados.

Los Gobiernos africanos están fomentando la integración comercial y en materia de inversión a varios niveles, sobre todo, a través de bloques regionales tales como la Comunidad Económica de los Estados de África Occidental (CEDEAO) y la Comunidad de África Oriental, y más recientemente a través de una Zona de Libre Comercio Continental. Conscientes de que la apertura del mercado sobre el papel no se traduce en actividad empresarial transfronteriza en la práctica, han trabajado para complementar las iniciativas diplomáticas con iniciativas encaminadas a reforzar las infraestructuras físicas y de servicios que son esenciales para el comercio. Esto implica conexiones por carretera y ferrocarril, pero también una modernización de los trámites fronterizos y acceso a la financiación del comercio y la inteligencia de mercado.

Pese al rápido crecimiento registrado desde comienzos de los años 90, las exportaciones intraafricanas siguen representando menos del 20 % del total de las exportaciones del continente, mientras que las cifras correspondientes a Asia y Europa se sitúan más cerca del 60 % y el 70 % respectivamente. Todavía queda mucho por hacer, tanto para incrementar el comercio intrarregional como para asegurarse de que se traduzca en crecimiento inclusivo. En las encuestas empresariales realizadas por el ITC, las mipymes africanas destacan numerosos desafíos

asociados a la exportación a países vecinos, sobre todo, problemas a la hora de obtener la certificación que confirme que los productos pueden acogerse a un régimen de franquicia arancelaria.

La respuesta

El ITC colabora en un esfuerzo integral para reforzar la estructura de servicios que respalda el comercio intrarregional en el seno de la Unión Económica y Monetaria de África Occidental (conocida como UEMOA) de ocho miembros, un subconjunto de la comunidad regional CEDEAO formada por Benin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Guinea Bissau, Malí, Nigeria, el Senegal y Togo. Más concretamente, el ITC está trabajando para garantizar que las mipymes puedan aprovechar las oportunidades comerciales dentro de la subregión y fuera de ella.

En materia política, el ITC ha apoyado la ejecución del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC) en toda la UEMOA, así como el desarrollo de un certificado de origen digitalizado, el documento necesario para que los productos circulen dentro del bloque sin pagar aranceles.

Para mejorar el entorno empresarial en el que operan las mipymes, el ITC trabajó en el fomento de la cooperación entre las instituciones de apoyo al comercio y la inversión de UEMOA. Estas instituciones, tales como las agencias de promoción del comercio, desempeñan una importante función de ayuda a las empresas más pequeñas a conectar con los mercados extranjeros.

Por otra parte, el ITC apoyó la creación de plataformas en línea sobre medidas no arancelarias e inteligencia de mercado, puesto que, en comparación con sus competidores de mayor tamaño, las mipymes se ven desproporcionadamente afectadas por los costos asociados a ambos factores.

El ITC también organizó ferias de comercio y reuniones B2B dentro de la región. El embalaje fue un punto clave de atención de este trabajo por tratarse de una necesidad importante pero a menudo ignorada para el comercio de mercancías.



1.-2. Foro sobre embalaje en la UEMOA 3. El portal de información comercial ConnectUEMOA

Los resultados

Con el apoyo del ITC, los miembros de la UEMOA han trabajado en la ejecución del AFC de un modo coordinado regionalmente de manera que las reformas aduaneras y fronterizas promuevan el aumento del comercio dentro del bloque y fuera de él. En 2017, la UEMOA aprobó el mandato y la estructura de gobernanza del que será el primer comité regional, que no nacional, del mundo en supervisar la ejecución del acuerdo. El ITC ayudó al bloque a sentar las bases para la introducción de un certificado de origen digital en 2017. El ITC también contribuyó al informe sobre la política comercial regional del bloque para 2017 y capacitó a representantes de sus Estados miembros con la intención de armonizar la metodología del bloque para la realización de análisis para el examen de las políticas comerciales.

En el ámbito institucional, el ITC apoyó la creación de la primera red oficial regional africana de organizaciones de apoyo al comercio y la inversión. La red, lanzada en Dakar, el Senegal, en mayo de 2017, fomentará iniciativas de cooperación para impulsar el comercio intrarregional. El ITC propició la forja de asociaciones entre la incipiente red de la UEMOA y su equivalente latinoamericana, REDIBERO.

La organización se valió de ambas plataformas en línea para trabajar en la facilitación del camino a seguir por las mipymes para acceder a los mercados dentro del bloque de la UEMOA y más allá. El ITC impartió capacitación a representantes de instituciones de apoyo al comercio y la inversión de toda la región sobre el funcionamiento de un portal de información denominado ConnectUEMOA (www.connectUEMOA.com), que ofrece noticias e información de mercado actualizada junto con una base de datos de empresas regionales y una tienda en línea para las empresas de la región. Asimismo, se extendió de Côte d'Ivoire a toda

la región un mecanismo de alerta sobre obstáculos al comercio que permite a las empresas informar a las autoridades gubernamentales en tiempo real cuando tengan problemas para importar o exportar mercancías.

Por último, las reuniones B2B mantenidas en una feria de comercio sobre embalaje celebrada en Ouagadougou (Burkina Faso) en octubre de 2017 permitieron a las empresas fraguar oportunidades y cerrar acuerdos de importación y exportación de materiales como cartón corrugado, cajones de embalaje y bolsas de plástico. Por ejemplo, una empresa de Benin firmó acuerdos de importación y exportación de cartón corrugado por valor de más de 11 000 dólares, con ventas adicionales en proyecto. Una empresa senegalesa firmó un acuerdo provisional para el suministro de bolsas de malla para frutas y hortalizas por un valor aproximado de 20 000 dólares a una homóloga de África Occidental. Una empresa maliense está en fase de negociación para la importación de una amplia gama de materiales de embalaje procedentes de otros lugares de la región por un valor superior a los 280 000 dólares.

El futuro

El proyecto pasará después a impulsar la agregación de valor y la competitividad de las empresas en sectores clave tales como el del algodón, el mango, el cacao, la piña y la tecnología de la información. El ITC trabajará para extender los resultados obtenidos en la UEMOA al resto de la región de la CEDEAO en el marco de la facilitación de la implantación de la Zona de Libre Comercio Continental en colaboración con la Unión Africana. Está previsto celebrar una feria de comercio continental en El Cairo en el último trimestre de 2018.



Financiador

Unión Europea

ESTUDIO DE CASO

Desarrollo de competencias digitales en África Oriental



El desafío

Si uno piensa en el desarrollo impulsado por el comercio, la primera imagen que le viene a la mente puede ser la de una especie de instalación manufacturera en la que trabajan grandes números de antiguos trabajadores agrícolas. Pero lo cierto es que la agregación de valor en la agricultura y los servicios también entraña un considerable potencial para los países en desarrollo de África y de otros lugares en términos de impulso del crecimiento y la creación de empleo. Aprovechar este potencial al máximo es fundamental, en especial para el sector demográfico —nutrido y en constante crecimiento— de los jóvenes, habida cuenta de los indicios que apuntan a que el aumento de la automatización implica que la industria manufacturera empleará a menos trabajadores de los que solía emplear.

Los avances tecnológicos han hecho que se pueda comercializar una amplia gama de servicios de mayor valor que antes solo podían prestarse localmente, desde servicios de contabilidad hasta programación de software. Acceder a los mercados internacionales de este tipo de servicios no es una tarea fácil para los países en desarrollo. Las competencias representan una de sus limitaciones más importantes: en las empresas de servicios es esencial contar con empleados formados y con experiencia. Estas competencias también son importantes para la competitividad de las empresas de otros sectores, pues los servicios son un factor cada vez más importante para la producción de productos físicos.

En el sector de la tecnología de la información (TI) de Kenya, la brecha de competencias se ve agravada por una brecha de género: menos de uno de cada cinco trabajadores del sector son mujeres.

La respuesta

El ITC, dentro de su proyecto Apoyo al Comercio y la Inversión en África (SITA), ha estado trabajando con socios de Kenya y de la India para dotar a jóvenes de África Oriental de las competencias y la experiencia que necesitan para prosperar en la economía digital de rápido crecimiento de la región. El objetivo consiste en aprovechar la experiencia del floreciente sector tecnológico de la India para catalizar empleo y emprendimiento en los países de África Oriental.

Los programas piloto de capacitación y trabajo en prácticas operan en dos frentes diferentes. Uno, denominado #SheGoesDigital, ofrece a las mujeres kenianas de entornos económicamente desfavorecidos un programa de capacitación de 40 días de duración sobre las redes sociales y la comercialización digital, seguido de prácticas en empresas que buscan estas competencias. El programa fue ejecutado por Kuza Biashara, una empresa social radicada en Nairobi, e Iridium Interactive, una empresa india de servicios educativos y de software.

El segundo frente, el Programa de Prácticas Indo-Africano, identifica a graduados en tecnología de la información prometedores de África Oriental mediante un proceso de selección competitivo que da prioridad a las mujeres jóvenes y las coloca en empresas indias mediante un contrato en prácticas de tres a seis meses de duración. Con ello se pretende que los jóvenes profesionales del ámbito de la TI se lleven sus competencias y su experiencia de vuelta a África Oriental para contribuir al crecimiento de sectores tecnológicos dinámicos en la región.

El ITC inició los programas tras la realización de una encuesta entre 185 empresas kenianas que desveló que más de la mitad de ellas tenían problemas para encontrar trabajadores debidamente cualificados. Además de competencias en materia de programación de software, análisis de datos y computación en la nube, las empresas de todos los sectores indicaron la existencia de un déficit acuciante de personas con experiencia en redes sociales y comercialización digital.

Los resultados

Ambas iniciativas demostraron que si se colabora estrechamente con los futuros empleadores, las iniciativas de desarrollo de competencias pueden dotar a los jóvenes de competencias comercializables y crear nuevas oportunidades de empleo a la vez que se ayuda a las empresas a salvar brechas.

Tras un riguroso proceso de selección en el que resultaron seleccionadas de entre un total de 370 aspirantes, alrededor de 50 mujeres jóvenes de Kenya se han graduado en el programa de capacitación de 45 días de duración sobre comercialización social y digital de #SheGoesDigital. De ellas, 32 participaron en un



1. y 4. Formación en redes sociales y comercialización digital, Kenya 2. Grupo #SheGoesDigital 3. Doreen Aradi, graduada keniana de TI

«Siempre he querido tener mi propia empresa emergente en el ámbito de la ingeniería de software y estas prácticas me ayudará a dar el primer paso»

Doreen Aradi, graduada en tecnología de la información, Kenya

período de prácticas remuneradas de 3 meses de duración en 27 empresas de sectores muy distintos, desde la seguridad hasta los recursos humanos, pasando por la manufactura de acero, en las que respaldaron la ejecución de estrategias relacionadas con las redes sociales y la comercialización digital por parte de sus empleadores. Otras optaron por crear sus propios negocios. A finales de 2017, el 55 % de las graduadas en el programa tenía un empleo a tiempo completo, y está previsto que esta cifra aumente. Los empleadores se muestran satisfechos con las trabajadoras en prácticas y han manifestado su interés por contratar a nuevas graduadas.

Por su parte, el Programa de Prácticas Indo-Africano ha colocado a 11 alumnos de África Oriental —7 de ellos mujeres— en empresas de la India.

«Mi experiencia durante las prácticas ha sido sencillamente extraordinaria» afirmó Doreen Aradi, una graduada keniana que hizo prácticas en la empresa de telecomunicaciones más grande de la India. «El trabajo con el equipo de ingeniería de software me ha ayudado a adquirir experiencia práctica con distintos lenguajes de programación y eso me ha ayudado a mejorar mis competencias en materia de programación. Siempre he querido tener mi propia empresa emergente en el ámbito de la ingeniería de software y estas prácticas me ayudará a dar el primer paso».

Tras unas prácticas de cuatro meses trabajando en el desarrollo de una cadena de suministro digital, una empresa india ofreció al rwanés Cedrick Manirafasha un puesto a jornada completa.

«Estas prácticas me han influido mucho y han cambiado mi punto de vista sobre el modo de hacer las cosas», afirmó. «Estoy seguro de que ahora soy capaz de gestionar cualquier proyecto en cualquier lugar».

El futuro

Tras la exitosa ejecución de los programas piloto, el ITC está desarrollando ahora una propuesta para un programa regional, en colaboración con varias empresas, para el desarrollo de competencias digitales entre mujeres y jóvenes.



Financiador

Reino Unido



Resultados institucionales





Gobernanza institucional

El ITC solicita aportaciones a sus partes interesadas y les actualiza sobre los principales avances de su trabajo en las sesiones anuales del Grupo Consultivo Mixto (GCM) y en las reuniones bianuales del Comité Consultivo del Fondo Fiduciario del ITC (CCFFI).

El GCM está compuesto por representantes públicos de los miembros de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y de la Organización Mundial del Comercio (OMC). Las sesiones del GCM también están abiertas a observadores de otros organismos intergubernamentales y de organizaciones no gubernamentales pertinentes. The CCITF, formado por financiadores y beneficiarios, examina el uso del Fondo Fiduciario del ITC tanto en términos de prioridades del gasto para los recursos disponibles como de los avances en la ejecución de los programas que financia.

Grupo Consultivo Mixto

El GCM del ITC celebró su 51.ª sesión formal en Ginebra el 10 de julio de 2017. Los miembros debatieron sobre el Informe Anual 2016 y se les presentó un borrador inicial del nuevo Plan Estratégico 2018-2021 del ITC.

El Director General de la OMC, Roberto Azevêdo, y el Secretario General de la UNCTAD, Mukhisa Kituyi, hicieron uso de la palabra. Hicieron hincapié en las contribuciones del ITC al desarrollo impulsado por el comercio y destacaron las sinergias existentes con sus respectivas organizaciones, sobre todo, en relación con la información comercial, los análisis estadísticos y la ejecución del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la OMC. Ambos subrayaron la importancia que sigue teniendo la Ayuda para el Comercio en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) mediante la integración de las comunidades y los países marginados en la economía mundial. Aludieron al modo en que los proyectos del ITC habían ayudado con éxito a empresas más pequeñas de países en desarrollo a participar en





el comercio internacional, impulsando así el crecimiento, el desarrollo y la creación de empleo. Se alentó al ITC a seguir trabajando en la reducción de toda brecha de información y de todo obstáculo al comercio para las pymes.

La Directora Ejecutiva del ITC, Arancha González, afirmó que la fuerte demanda de los servicios del ITC se debía a la rentabilidad que ofrece su organización, sumada a la atención que presta a los países prioritarios y a la innovación constante en aras de la eficiencia en la prestación de sus servicios. Añadió que se estima que cada dólar de financiación extrapresupuestaria recibido por el ITC se convirtió en 14 dólares en términos de transacciones empresariales internacionales. La Directora Ejecutiva describió el trabajo realizado por el ITC para mejorar sus procesos internos de diseño y gestión de proyectos adaptando al mismo tiempo sus productos y servicios a los ODS.

Los delegados elogiaron al ITC por sus resultados y por su liderazgo en la promoción de la igualdad de género y el

Intervención de Mukhisa Kituyi, Secretario General de la UNCTAD, ante el GCM 2017



empoderamiento de las mujeres sin dejar de abordar los desafíos clave en materia de desarrollo a través del comercio. Alabaron el firme compromiso del ITC de ofrecer enfoques innovadores para abordar los diversos desafíos y para trabajar con un amplio abanico de partes interesadas de los sectores público y privado. También elogiaron al ITC por su incesante adopción de fórmulas más efectivas y eficientes de hacer negocios, con el consiguiente incremento de su rentabilidad.

Comité Consultivo del Fondo Fiduciario del ITC

En dos reuniones periódicas del Comité Consultivo del Fondo Fiduciario del ITC (CCFFI) se abordaron el desempeño del ITC y su ejecución durante 2016 y el primer semestre de 2017. Por otra parte, la organización celebró dos reuniones temáticas informales del CCFFI, una para que los delegados hicieran sus aportaciones al borrador del marco de gestión de riesgos del ITC y la otra para que compartieran sus puntos de vista con respecto al contenido del Plan Estratégico del ITC para 2018-2021.

Plan Estratégico 2018-2021

El ITC elaboró su Plan Estratégico para el período 2018-2021 en 2017. «Rutas Comerciales hacia un Desarrollo Sostenible e Inclusivo» es fruto de un amplio proceso consultivo en el marco del cual se han celebrado talleres internos con personal del ITC, una encuesta en línea entre todas las partes interesadas y debates con socios nacionales y financiadores. La dirección del ITC presentó el plan al GCM en julio. Tras analizar los comentarios recibidos, la versión definitiva se presentó a las partes interesadas en la Conferencia Ministerial de la OMC en diciembre. El Plan Estratégico se ha concebido como la brújula que guiará las contribuciones del ITC para la consecución de los ODS de aquí a 2030.



Evaluación y desempeño

En 2017, la Unidad de Evaluación Independiente (UEI) del ITC siguió trabajando en la incorporación de la evaluación al marco de resultados del ITC y en el apoyo a la rendición de cuentas, el aprendizaje y la toma de decisiones basada en pruebas empíricas en las políticas, los programas y la gestión de proyectos. Se incrementó la demanda de gerentes de operaciones y personal para los servicios de la unidad en apoyo de las evaluaciones de los proyectos.

El ITC ha implantado un sistema de evaluación a tres niveles: evaluaciones independientes realizadas directamente por la UEI, autoevaluaciones realizadas por los gerentes de proyectos con el apoyo de la unidad, e informes de finalización de los proyectos realizados por los gerentes en un plazo de tres meses tras la finalización de un proyecto. LA UEI ha trabajado para mejorar la coordinación con los donantes en la planificación de la evaluación y para asegurar que las lecciones aprendidas de las evaluaciones lideradas por los donantes se reflejen en el futuro trabajo del ITC.

La unidad ha elaborado unas directrices para la autoevaluación junto con una plantilla estándar para los informes de finalización de los proyectos. Los informes iniciales han permitido adquirir conocimientos —como la importancia de establecer objetivos de los proyectos e indicadores de resultados realistas— que se han incorporado al *Informe Resumido de Evaluación Anual* de 2017, que resume lo aprendido por el ITC en las evaluaciones internas y las lideradas por los financiadores.

El informe resumido, que abarcaba 23 proyectos y 13 de los 15 programas del ITC, incluía dos mensajes principales.

El primero es que el cambio emprendido por el ITC desde 2014 hacia la racionalización de su cartera de proyectos dentro de unos programas bien definidos está dando sus frutos. Mientras que los proyectos del ITC han cumplido, en términos generales, sus objetivos y han contribuido al logro de los ODS, las evaluaciones —tanto las internas como las lideradas por los donantes— han evidenciado que las puntuaciones obtenidas en

relación con la eficacia y la eficiencia son considerablemente más elevadas en el caso de los proyectos más recientes, que han adoptado el enfoque programático del ITC.

La segunda es que los clientes y las partes interesadas consideran que el ITC posee una ventaja competitiva en la facilitación de la internacionalización de los servicios de apoyo a las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) y, más concretamente, a las empresas situadas en la base de la pirámide socioeconómica. En una conclusión relacionada, las evaluaciones confirmaron que las instituciones de apoyo al comercio y la inversión (IACI) desempeñan un papel decisivo, no solo como asociadas en la ejecución sino también a la hora de garantizar que el impacto de la labor del ITC sea duradero y se multiplique mucho después de que concluyan los proyectos.

Lecciones relacionadas con la creación de cadenas de valor de la agricultura

El apoyo a las cadenas de valor de la agricultura es una forma eficaz de integrar a los pequeños agricultores en el comercio nacional e internacional promoviendo al mismo tiempo la agregación de valor y el aumento de la productividad con unos beneficios ampliamente compartidos por los sectores más desfavorecidos de la población. El *Informe Resumido de Evaluación Anual* de 2017 incluía 4 proyectos centrados en cadenas de valor de la agricultura que incluían a 14 países durante el período 2009-2016.

Una importante lección aprendida es que la comercialización colectiva demostró ser un enfoque eficaz para los pequeños agricultores en relación con su empoderamiento y la consolidación de sus vínculos con los mercados. La intervención para fomentar la comercialización colectiva puede ayudar a los pequeños agricultores a participar de un modo más eficiente en los mercados al reducir los costos en términos de marketing y los riesgos de la comercialización; a alinear la producción más estrechamente con los requisitos del mercado; a coordinar la gestión de la logística; y a ampliar el abanico de compradores locales e internacionales.

Otra lección aprendida es que la colaboración eficaz con los socios del sector privado es fundamental para la creación de unas cadenas de valor de la agricultura dinámicas. Las evaluaciones concluían que los esfuerzos de los proyectos por acelerar el desarrollo de los agronegocios eran más eficaces cuando los socios externos del sector privado participaban activamente en el incremento de los vínculos existentes entre la cadena de suministro y los mercados de destino, y en la creación de oportunidades empresariales para las mipymes.

Lecciones relativas a la facilitación de bienes públicos mundiales

En 2017 y a comienzos de 2018, la UEI realizó evaluaciones de dos servicios del ITC encaminados a ofrecer inteligencia comercial y de mercado esencial sobre normas de sostenibilidad voluntarias y medidas no arancelarias gratuitamente como bienes públicos mundiales. Las evaluaciones arrojaron conclusiones útiles sobre cómo posicionar los servicios de inteligencia comercial y de mercado del ITC de cara al futuro.

La evaluación de la labor del ITC para arrojar luz sobre las MNA que afectan a las empresas de todo el mundo detectó que el programa había contribuido a mejorar las capacidades de las empresas encuestadoras nacionales para la realización de encuestas exhaustivas sobre las MNA y temas relacionados, y también para aumentar su capacidad para analizar la calidad de los datos. En la evaluación también se señalaba a distintas fórmulas que podría aplicar el ITC para impulsar el impacto de su trabajo en relación con las MNA. Por ejemplo, se sugería que la organización podría hacer más para transferir sistemáticamente los conocimientos y la capacidad de encuesta y análisis de datos a sus beneficiarios objetivo tales como formuladores de políticas, IACI y miembros del sector académico. Se detectó que una participación más plena de las partes interesadas les ayudaría a coordinar las acciones encaminadas a la supresión de los obstáculos al comercio relacionados con las MNA. La evaluación también indicaba que la participación de varios países, en lugar de uno solo, para analizar las MNA previamente identificadas podría ayudar más a las partes interesadas a abordar los efectos negativos de las MNA, especialmente en el caso de las encuestas de ámbito regional, como el de los Estados Árabes.

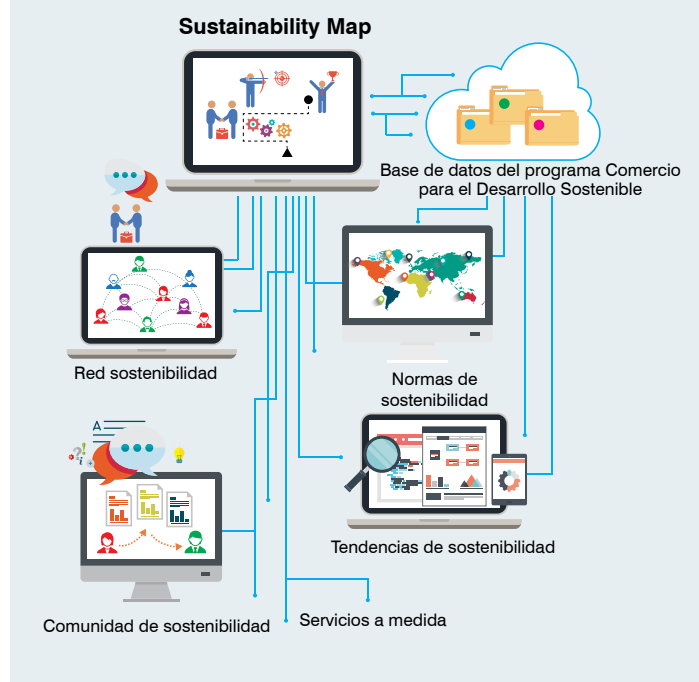
La evaluación del proyecto Comercio para el Desarrollo Sostenible (T4SD) confirmó que ha logrado crear con éxito un repositorio mundial de referencia que engloba aproximadamente 240 normas de sostenibilidad voluntarias de más de 80 sectores y 180 países, ayudando a las mipymes de los países en desarrollo a acceder a información sobre las normas que podrían abrirles las puertas de nichos de mercado lucrativos en otros países. El foro anual T4SD ya goza de un amplio reconocimiento en el ámbito de las normas voluntarias.

De cara al futuro, la evaluación indicaba que a medida que se vaya consolidando la iniciativa T4SD, las prioridades clave deberían ser seguir mejorando los servicios principales —particularmente la transparencia de las normas de sostenibilidad voluntarias y lograr que resulte más sencillo utilizar la información en el sistema— a la vez que se instaura una orientación estratégica más eficaz. La evaluación también alentaba a integrar el trabajo de la iniciativa T4SD en la cartera de asistencia técnica

Sustainability Map: la plataforma más nueva de la iniciativa T4SD

Sustainability Map (www.sustainabilitymap.org) es la nueva plataforma que permite a empresas de todo el mundo realizar una actividad comercial más sostenible. Lanzada en octubre de 2017, se basa en el trabajo realizado por la iniciativa T4SD desde 2009 para el desarrollo de Standards Map, un repositorio público de información sobre normas de sostenibilidad voluntarias, códigos de conducta y directrices internacionales.

Además de esta base de datos, que prepara a las empresas, el sector privado, los consumidores y otros agentes de la cadena de valor para que comprendan mejor estas normas, Sustainability Map ofrece información sobre tendencias de mercado y vínculos a materiales de capacitación relacionados con las normas y a ferias de comercio. Asimismo, permite a las empresas exhibir sus prácticas sostenibles y conectar con socios empresariales potenciales. A comienzos de 2018, habían creado perfiles en la red de Sustainability Map más de 50 000 empresas. El ITC está trabajando en Asia, África y América Latina para utilizar la plataforma para conectar a cooperativas de productores con compradores internacionales.



y servicios de asesoramiento del ITC, como, por ejemplo, mediante iniciativas específicas de apoyo al cumplimiento con las normas de sostenibilidad.

Otra lección clave guardaba relación con el equilibrio entre los intereses divergentes de los países desarrollados y en desarrollo con respecto a las normas de sostenibilidad voluntarias. Aunque estas medidas tradicionalmente se originaban en el Norte Global (aunque esta tendencia está cambiando), los costos del cumplimiento recaían fundamentalmente en los productores del Sur. La evaluación señalaba que el proyecto T4SD debería indicar explícitamente que el ITC es un interlocutor neutral. También recomendaba la integración del trabajo de dicho proyecto en los servicios más globales de creación de capacidad y asesoramiento.



Panorama general de la situación financiera

La financiación del ITC para el desarrollo de su mandato consta de dos componentes principales: el presupuesto ordinario (PO) financiado a partes iguales por las Naciones Unidas y la Organización Mundial del Comercio (OMC) cada dos años, y los fondos extrapresupuestarios (EP), que se refieren a las contribuciones voluntarias que hacen los Estados miembros, las organizaciones multilaterales, las entidades del sector privado y otras fuentes, y que a menudo abarcan varios años. Los costos de apoyo a los programas (CAP) se incluyen en el segundo componente; este presupuesto se fija anualmente con cargo a los gastos EP.

DATOS FINANCIEROS MÁS IMPORTANTES DE 2017

- **\$102,48 millones**: valor total de los nuevos acuerdos EP firmados en 2017 correspondientes a proyectos cuya ejecución se extenderá hasta 2022.
- **\$122,75 millones** fueron los recursos totales disponibles, compuestos por un saldo de apertura de \$29 millones y \$93,75 millones en contribuciones nuevas. Estos recursos incluyen tanto la financiación plurianual como las subvenciones asignadas para 2017.
- **\$93,75 millones** fue el importe de las contribuciones brutas recibidas.
- **\$89,76 millones** fue el gasto global acumulado.

El gasto total de 2017 fue ligeramente inferior al del año anterior. Los gastos EP se incrementaron de los 1,77 millones de dólares a los 38,18 millones de dólares. El gasto EP en asistencia técnica, creación de capacidad e inteligencia de mercado ascendió a 46,24 millones de dólares brutos (42,09 millones netos), aproximadamente un 3 % menos que en 2016. El gasto en concepto de costos de apoyo a los programas (CAP) ascendió a 5,34 millones de dólares, con un ligero descenso de 0,87 millones de dólares.

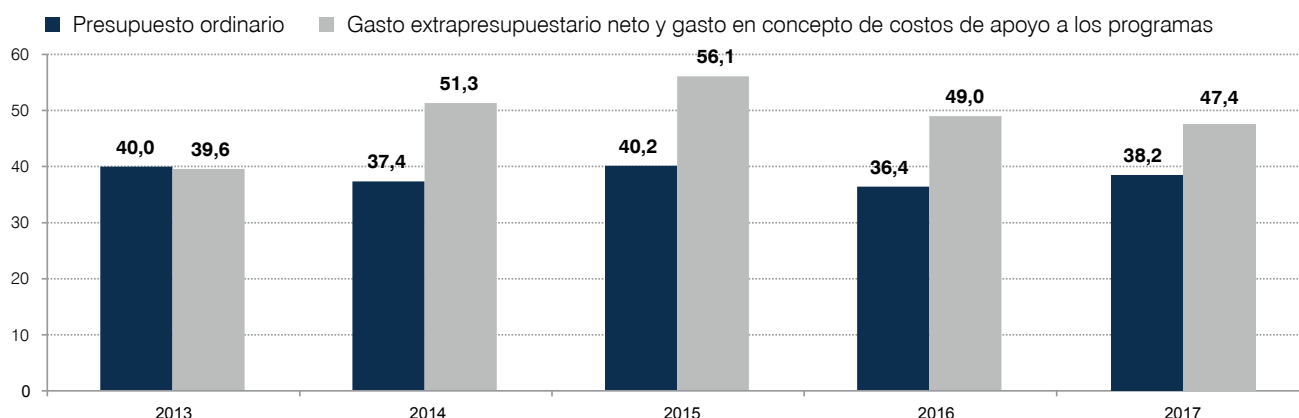
Presupuesto ordinario

Las Naciones Unidas y la OMC realizan aportaciones equitativas a los fondos del presupuesto ordinario para el bienio para cubrir los gastos corrientes del centro, incluidos los sueldos y gastos comunes de personal. Con cargo a la financiación ordinaria se financia asimismo la investigación y el desarrollo general destinados a promoción del comercio y fomento de las exportaciones, que en parte se traduce en la publicación de estudios, información sobre mercados y servicios estadísticos.

- **\$38,42 millones** fue la suma de los recursos del presupuesto ordinario disponibles para 2017, incluido el saldo de 2016 traspasado a cuenta nueva.
- **\$38,18 millones** fue el importe registrado como gastos al 31 de diciembre de 2017, lo que supone una tasa de ejecución del 99,4 % de los recursos disponibles.

Durante el bienio 2016-2017, el presupuesto ordinario del ITC en francos suizos se redujo varias veces a causa de la interacción de los trámites presupuestarios de sus dos organizaciones matrices, las Naciones Unidas y la OMC. Las Naciones Unidas operan un programa presupuestario bienal en dólares de los Estados Unidos, que incluye una metodología de «ajuste de los costos» que contempla la introducción de ajustes presupuestarios con base en variaciones en los tipos de cambio, la inflación y otros parámetros. La OMC opera un presupuesto bienal basado en francos suizos y no contempla la introducción de ajustes motivados por el ajuste de los costos durante el período de dos años. La norma que prescribe la realización de aportaciones equitativas al PO por parte de cada organización matriz implica que la OMC debe igualar los ajustes a la baja de las Naciones Unidas resultantes del ajuste de los costos, mientras que las Naciones Unidas no pueden realizar ajustes al alza, al no poder ser igualados por la OMC. Estos cambios repercuten considerablemente en la gestión que hace el ITC de sus recursos. El ITC, la OMC y la Secretaría de las

FIGURA 3 Estructura del gasto 2013–2017 (en millones de \$)



Naciones Unidas siguen trabajando conjuntamente en la búsqueda de un mecanismo en virtud del cual el presupuesto del ITC en francos suizos no cambie a raíz del ajuste de los costos.

En 2017, los órganos presupuestarios de las Naciones Unidas y la OMC revisaron y aprobaron el presupuesto ordinario del ITC para 2018-2019 de 72 792 100 francos suizos. Este presupuesto se elaboró de conformidad con lo establecido en la resolución 71/274 de la Asamblea General y cumple con las reducciones impuestas por las Naciones Unidas, incluidas las relacionadas con las eficiencias previstas de la ejecución del sistema de planificación de los recursos institucionales Umoja.

Fondos extrapresupuestarios

El total de los recursos disponibles en 2017 incluía:

- **\$24,69 millones** en traslados a cuenta nueva en 2016.
- **\$53,13 millones** en contribuciones brutas recibidas en 2017.

Pese a un clima general de restricción en la financiación de los programas internacionales para el desarrollo, el ITC obtuvo 102,48 millones de dólares en acuerdos nuevos con gobiernos donantes, organismos multilaterales y fundaciones internacionales.

En 2017, las contribuciones alcanzaron los 53,13 millones de dólares, con una base relativamente diversa: el 80 % de la financiación EP procedente de 11 financiadores, cada uno de los cuales contribuyó con más de 1 millón de dólares.

En gastos en dólares, el ITC estabilizó en 2017 su prestación de asistencia técnica con unos niveles similares a los del ejercicio anterior, con gastos extrapresupuestarios brutos de 46,24 millones de dólares.

Al final de 2017, el ITC presentaba un saldo arrastrado de 31,57 millones de dólares de recursos extrapresupuestarios. Además, la firma de acuerdos de financiación contempla futuros pagos de 105,90 millones de dólares para actividades de los programas en 2018 y en adelante.

La Oficina de Servicios de Supervisión Interna (OSSI) de las Naciones Unidas auditó en 2017 la gestión del ITC de los fondos no asignados (Ventanilla) en el marco de sus servicios regulares de auditoría. La auditoría tenía por objeto evaluar la idoneidad y la eficacia de los procesos de gobernanza, gestión de riesgos y control en el ITC en relación con la gestión y la utilización de los citados fondos. Cubría el período de enero de 2015 a junio de 2017 e incluyó una revisión de la recaudación de fondos y las relaciones con los donantes; la planificación y la utilización de los fondos de la Ventanilla I; y el seguimiento y la información. La auditoría evidenció la existencia de mecanismos adecuados para la revisión y la aprobación de las asignaciones de la Ventanilla I, así como para la información a los donantes y la gestión de las relaciones con estos últimos. En su revisión de ejemplos de gastos se comprobó una coherencia adecuada con los proyectos y las actividades aprobados. La auditoría concluyó que el ITC había utilizado fondos de la Ventanilla I para el desarrollo de conocimientos especializados y herramientas, así como para demostrar resultados, en áreas de trabajo nuevas para las que posteriormente había utilizado fondos no asignados. Se recomendó a la organización que reforzara la gestión de riesgos y la supervisión; ambas recomendaciones fueron adoptadas y se está avanzando en su ejecución.

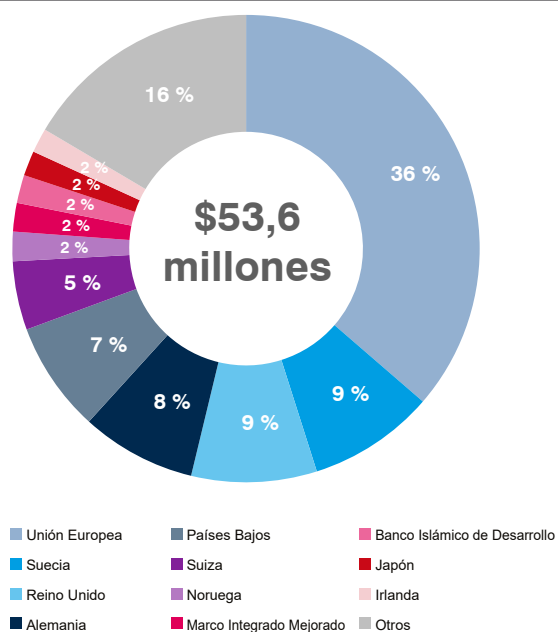
TABLA 1 Estado de los recursos (brutos en millones de \$) al 31 de diciembre de 2017

DESCRIPCIÓN	Saldo de apertura*	Ingresos netos recibidos**	Gastos	Efectivo disponible
Presupuesto ordinario	2,17	36,25	38,18	0,24
Costos de apoyo a los programas	2,15	4,37	5,34	1,18
Total recursos extrapresupuestarios	24,69	53,13	46,24	31,57
Recursos extrapresupuestarios, Ventanilla I	2,04	8,99	8,14	2,88
Recursos extrapresupuestarios, Ventanilla II	22,65	44,14	38,10	28,69
Total	29,00	93,75	89,76	32,99

* Se ha actualizado el saldo de apertura para el presupuesto ordinario, pasando de \$2,19 millones a \$2,17 millones, y para el CAP, que ha pasado de \$2,14 millones a \$2,15 millones

** Contribuciones netas incluyendo los reembolsos a los donantes (\$0,47 millones) y excluyendo los intereses y las transferencias a las reservas de explotación.

FIGURA 4 Porcentaje de las contribuciones de los financiadores al Fondo Fiduciario del ITC durante 2017 (a fecha de 31 de diciembre de 2017)



Cuenta de apoyo a los programas

De conformidad con los procedimientos financieros de las Naciones Unidas, el ITC imputa unas tarifas correspondientes a los costos estándar de apoyo a los programas que oscilan entre el 7 % y el 13 % de los gastos extrapresupuestarios. Estos ingresos se utilizan para cubrir los costos indirectos e incrementales asociados a los proyectos extrapresupuestarios, tales como la administración central de los recursos humanos, financieros y de la tecnología de la información y las comunicaciones, y el seguimiento y la supervisión.

- **\$4,37 millones** recibidos en ingresos en concepto de costos de apoyo a los programas, además de \$2,15 millones de 2016 trasladados a cuenta nueva.
- **\$5,34 millones** de gastos en concepto de costos de apoyo a los programas.
- **\$1,18 millones** de saldo en la cuenta de apoyo a los programas al final del ejercicio.

Implantación de las IPSAS y de Umoja

Los estados financieros del ITC se elaboran de acuerdo con las Normas Internacionales de Contabilidad para el Sector Público (IPSAS) desde 2014. En 2017, la Junta de Auditores de las Naciones Unidas emitió una «opinión sin salvedades», el término técnico que se utiliza para describir un informe de auditoría claro, sobre los estados financieros del ITC correspondientes al ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 2016, confirmándose así que la organización cumple íntegramente con los requisitos de contabilidad e información de las IPSAS.

EL ITC sigue aprovechando el sistema Umoja para mejorar su portal de proyectos y su panel de datos financieros, lo que le ha permitido realizar un seguimiento y una gestión más eficiente y eficaz. En la División de Apoyo a los Programas del ITC se han ampliado algunos roles para que el personal pueda adaptarse a los nuevos procesos relacionados con el sistema Umoja. La implantación de la Extensión 2 de Umoja está prevista para el tercer trimestre de 2018.

TABLA 2 Gasto con cargo al presupuesto ordinario en 2017 (bruto en millones de \$)*

CATEGORÍAS	Gasto
Gastos de personal y otros gastos conexos	39,19
Gastos operacionales y otros gastos directos	4,05
Servicios contractuales	1,36
Viajes	0,98
Mobiliario y vehículos de equipamiento	0,59
Total	38,18
Recursos disponibles	38,42
% de ejecución	99,4 %

* El PO se aprueba en francos suizos. Las sumas declaradas en la tabla se han convertido a dólares de los Estados Unidos con objeto de facilitar la comparación de los datos y de ofrecer una perspectiva completa de la situación financiera del ITC a efectos contables y de información.

TABLA 3 Gasto con cargo a los recursos extrapresupuestarios por área de interés en 2017 (bruto en millones de \$)

CATEGORÍAS	Gasto
Gastos de personal y otros gastos conexos	32,08
Viajes	4,87
Gastos operacionales y otros gastos directos	3,27
Trasferencias y subvenciones concedidas a asociados en la ejecución, incluido el CAP	2,36
Servicios contractuales	1,70
Becas concedidas	1,45
Equipos, vehículos y mobiliario	0,35
Suministros, materias primas y materiales	0,15
Total	46,23

TABLA 4 Gasto con cargo a los recursos extrapresupuestarios por área de interés en 2017 (bruto en millones de \$)

ÁREAS DE INTERÉS	Gasto
Facilitación de inteligencia comercial y de mercado	4,26
Creación de un entorno propicio a la actividad empresarial	5,76
Fortalecimiento de las instituciones de apoyo al comercio y la inversión	3,74
Conexión con las cadenas de valor internacionales	12,29
Promoción e integración de un comercio inclusivo y ecológico	10,55
Apoyo a la integración económica regional y a las relaciones Sur-Sur	8,72
Institucional (TI, gestión basada en los resultados, visibilidad y alianzas)**	0,92
Total	46,24

* Incluye iniciativas que respaldan y mejoran la ejecución de proyectos de asistencia técnica relacionada con el comercio: TI, gestión basada en los resultados, alianzas y visibilidad



Gestión de recursos humanos

Las principales prioridades del equipo de gestión de recursos humanos en 2017 fueron proseguir con el trabajo dirigido a lograr la igualdad de género; un ejercicio de evaluación del talento seguido de capacitación en materia de liderazgo para personal seleccionado; y un cambio hacia la incorporación de aspectos de inteligencia emocional en el proceso de contratación.

Igualdad de género

El trabajo realizado por el ITC en relación con la igualdad de género ha sido ampliamente reconocido por el sistema de las Naciones Unidas como un trabajo progresivo e innovador. La Directora Ejecutiva del ITC se ha comprometido a alcanzar la paridad de género en los niveles más profesionales para 2020, y seguidamente la paridad en el nivel P5 para 2023. En 2017 se incrementó el porcentaje de mujeres profesionales en el nivel P5 hasta alcanzar el 24 %, un incremento porcentual del 6,1 en comparación con 2015.

El ITC logró importantes avances en el Plan de Acción para Todo el Sistema de las Naciones Unidas sobre la Igualdad de Género y el Empoderamiento de las Mujeres (ONU-SWAP). El ITC cumplió o rebasó los requisitos en 12 de los 15 indicadores del plan, frente a los 8 de 2014. En 8 de los puntos de referencia obtuvo las puntuaciones máximas, frente a solo 1 en 2014.

El Secretario General de las Naciones Unidas, António Guterres, se ha referido al ITC como «un modelo» por sus iniciativas de paridad de género. En la estrategia de género de Guterres, los ambiciosos y escalonados objetivos del ITC acompañados de medidas de apoyo de rendición de cuentas y proyecciones estadísticas merecen una mención especial como enfoque adecuado. El documento se refiere al ITC como «otro ejemplo de una entidad que avanza hacia un cambio acelerado y transformador».

Capacitación en materia de gestión y liderazgo

En el marco de una iniciativa concebida para aprovechar al máximo el potencial de liderazgo y desarrollar la excelencia en la gestión, el ITC realizó una serie de revisiones individuales del personal

en las que participaron la Directora Ejecutiva, la Directora Ejecutiva Adjunta, los Directores Superiores de Operaciones y el Oficial Principal de Recursos Humanos. Tras las revisiones, el equipo de gestión de Recursos Humanos desarrolló un programa de cursos a medida sobre gestión y liderazgo que impartió a una serie de personas seleccionadas. Uno de dichos cursos contó con la asistencia de 19 miembros del personal del ITC (10 de ellos mujeres):

- El liderazgo, las mujeres y las Naciones Unidas
- Líderes emergentes de las Naciones Unidas
- Programa de Desarrollo Acelerado para Gerentes de Organizaciones Internacionales

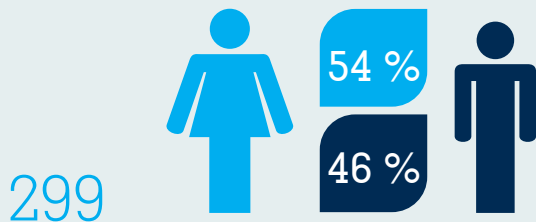
Los participantes y sus supervisores vertieron comentarios unánimemente positivos sobre los cursos y también indicaron mejoras en el desempeño de los miembros de sus equipos que habían asistido a la capacitación.

Contratación, selección y satisfacción

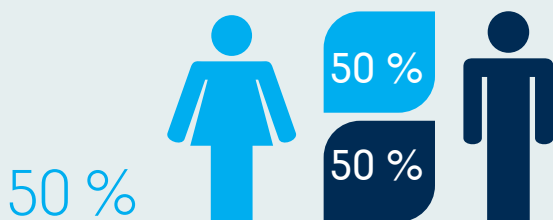
Durante 2017, el equipo de Gestión de Recursos Humanos del ITC se esforzó por dejar atrás los procesos rutinarios de contratación y selección en pos de la selección basada en competencias y un sistema que incorpore el uso de aspectos de inteligencia emocional (IE) en las futuras necesidades de personal, empezando por los puestos de gestión y liderazgo. Varios miembros del equipo de Recursos Humanos del ITC recibieron capacitación sobre el sistema EQ-i, un instrumento de base empírica y validado científicamente para medir la inteligencia emocional. La utilización del test de EQ-i promete generar incrementos mensurables en términos de eficiencia, productividad, satisfacción laboral y bienestar personal de los miembros del personal del ITC, así como una reducción de costos de rotación de personal para la organización. Se están realizando pruebas y, si se mantienen los buenos resultados, el nuevo sistema basado en la IE estará plenamente implantado en 2018.

La segunda encuesta anual sobre el compromiso del personal registró un aumento de la participación del 22 %, así como mejoras en ámbitos tales como el bienestar del personal (un aumento de la satisfacción del 2,4 %), intercambio de información y comunicaciones (un 2,7 % más) y equidad (un 2,5 % más).

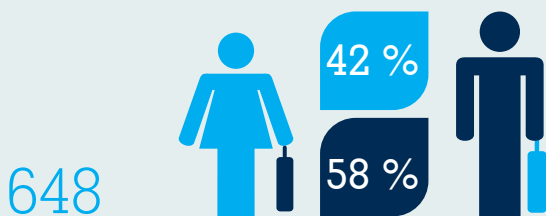
Recursos humanos del ITC en cifras



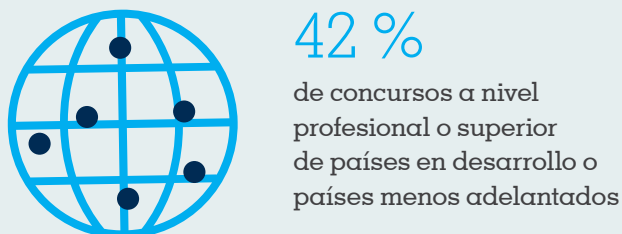
Miembros del personal que representan a 83 nacionalidades (Procesos de contratación para 24 cargos adicionales en curso a finales de 2017)



concurso para contrataciones de duración determinada en los que fueron seleccionadas mujeres



Consultores y contratistas independientes (de 114 países)



111

Miembros del personal procedentes de economías en desarrollo y en transición

19

Miembros del personal procedentes de países menos adelantados

Primeras impresiones



Laetitia Yonli

Asesora Asociada para Programas, oficina para África (Burkina Faso)

Empecé en el ITC como trabajadora en prácticas para la promoción del faso danfani, la famosa tela de algodón tejida a mano de mi país, Burkina Faso. Romper barreras conectando a lo mejor del sector artesanal de Burkina Faso con el sector de la moda internacional fue muy motivador. Me ayudó a afianzar mi visión del comercio como motor del desarrollo económico mundial. Ahora, cada vez son más los países en desarrollo que se suman a esta tendencia. ¡Es muy estimulante saber que el ITC ha tenido tanto que ver!



Kyunghoon Ahn

Experto de alto nivel, Inteligencia Comercial y de Mercado (República de Corea)

Mi trabajo guarda relación con la gestión y la mejora de Procurement Map, una de las herramientas de inteligencia de mercado del ITC. Trabajar con el ITC ha supuesto para mí una magnífica oportunidad para contribuir a la mejora de la transparencia en el mercado de la contratación internacional, que resulta especialmente valioso para las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes). Es gratificante ver que la labor desempeñada por el ITC ayuda a las mipymes a mejorar su competitividad internacional. Es un placer trabajar con mis atentos y brillantes colegas del ITC.



Ingrid Colonna

Oficial de Asuntos Sociales, Comunidades Pobres y Comercio (Francia)

Empecé trabajando en el ITC como consultora para la Iniciativa de Moda Ética (IME) en Ghana y después trabajé con los capítulos de la IME en Burkina Faso, Etiopía y Malí. Cada proyecto fue una oportunidad fantástica para descubrir una nueva cadena de valor con sus propios retos y sus partes interesadas, y una oportunidad fantástica para crecer como profesional y como persona, conociendo a gente maravillosa y contribuyendo a una misión muy inspiradora. Ahora me encargo del cumplimiento con la normativa laboral y medioambiental, la trazabilidad de los productos y la medición del impacto de los capítulos de la IME. Siento que el ITC me ha brindado una fantástica oportunidad de crecimiento y estoy sumamente agradecida.

Comunicación y difusión

En 2017, el ITC siguió dando visibilidad a su trabajo con el fin de apoyar el comercio inclusivo mediante la participación con medios de comunicación influyentes de los países beneficiarios y financiadores conjuntamente con una presencia activa en las redes sociales.

La cobertura de prensa del ITC se incrementó en un 27 % con respecto al ejercicio anterior, con 6 413 menciones en los medios de comunicación. Las iniciativas de la organización fueron recogidas por medios informativos de todo el mundo, así como por medios de comunicación nacionales y regionales. Los datos sobre el comercio tienen un gran peso en la presencia del ITC en los medios, y fuentes mundiales de información tales como Reuters, Bloomberg, y el Financial Times, y medios nacionales de decenas de países utilizan cifras de las herramientas de inteligencia de mercado del ITC para ilustrar sus informaciones sobre el comercio.

El ITC también recurrió a la prensa para transmitir directamente su mensaje: la Directora Ejecutiva concedió 165 entrevistas a organizaciones de los medios de comunicación de todo el mundo, y publicó 15 artículos de opinión en periódicos.

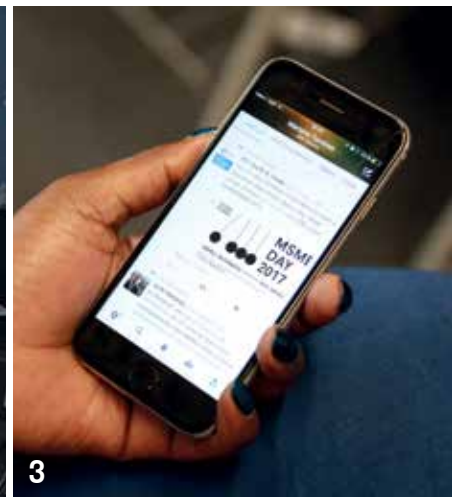
El sitio web del ITC registró más de 3,5 millones de páginas vistas en 2017 en el transcurso de más de 1,8 millones de sesiones de usuario, lo que supone un incremento conjunto de prácticamente el 3 % con respecto al ejercicio anterior. Alrededor de 91 noticias y 71 comunicados de prensa y circulares divulgaron los logros de los proyectos del ITC y recibieron prácticamente 120 000 visualizaciones. Las páginas de la edición digital de la publicación trimestral del ITC, Forum de Comercio Internacional, recibieron 255 000 visitas a lo largo del año.

El ITC siguió esforzándose por llegar a más público a través de las redes sociales, dedicando tiempo y atención al desarrollo de material audiovisual para captar seguidores con noticias sobre nuevos proyectos, eventos y publicaciones. La organización empezó a retransmitir sus principales eventos a través de Facebook Live e invirtió en nuevas herramientas para medir y

ampliar su impacto en las redes sociales. En el transcurso de 2017, la cuenta principal de Twitter del ITC (@ITCNews) amplió su difusión en un 28 %, llegando a 21 160 seguidores. La red de contactos del LinkedIn del ITC creció en más de un 14 %, situándose en 24 930. Los seguidores de Facebook del ITC se duplicaron con creces, llegando a 21 160.

Intensas campañas de vídeo y material gráfico en las redes sociales ayudaron a llamar la atención sobre iniciativas del ITC tales como #TradeMatters, eventos como el Foro Mundial para el Desarrollo de las Exportaciones y publicaciones como *Perspectivas de competitividad de las pymes* y *El estado de los mercados de sostenibilidad*. «Trade Compass», el programa de vídeo de noticias del ITC sobre comercio y desarrollo, se vinculó a importantes actividades de la organización, cubriendo temas tales como la migración, la juventud y el comercio digital para las pequeñas empresas.





1. Foro sobre el Comercio para el Desarrollo Sostenible, Ginebra
2. Entrevista con una becaria del ITC de 2017-2018 procedente de la Fundación Mo Ibrahim
3. Campaña del Día de las Microempresas y las Pequeñas y Medianas Empresas en las redes sociales

1,8 millones

visitantes en el sitio web del ITC
(un incremento del 3 % frente a 2016)



3,5 millones

visualizaciones de la página del ITC en línea
(un incremento del 3 % frente a 2016)

6 413

menciones en los medios de comunicación
(un incremento del 27 % frente a 2016)



34 421

descargas de publicaciones

de seguidores en las redes sociales
(un incremento con respecto a 2016)



Facebook	108 %
Twitter	28 %
LinkedIn	14 %

Orientar las publicaciones a destinatarios específicos

Las publicaciones de investigación orientadas a las políticas siguieron gozando de gran visibilidad en 2017, y el total de descargas de Internet de las publicaciones nuevas y las colecciones ya existentes alcanzó las 34 421. Las publicaciones más descargadas fueron la *Guía del café del ITC*, *Perspectivas de competitividad de las pymes 2016* y *Contratos modelo para pequeñas empresas*. El informe anual *El estado de los mercados de sostenibilidad*, que incluye datos sobre zonas de producción, volúmenes y productores correspondientes a 14 de las principales normas de sostenibilidad en los sectores de las bananas, el cacao, el café, el algodón, el aceite de palma, la soja, el azúcar de caña, el té y los productos de la silvicultura, se suma a las publicaciones más descargadas. Este informe se basa en una colaboración con el Instituto de Investigación sobre Agricultura Orgánica y el Instituto Internacional para el Desarrollo Sostenible.

La agrupación de las publicaciones del ITC en colecciones temáticas en relación con una serie de eventos seleccionados ayudó a la organización a llamar la atención sobre sus publicaciones de los líderes empresariales, funcionarios públicos, investigadores y medios de comunicación. sobre las publicaciones de la organización.

La tercera edición del emblemático informe del ITC *Perspectivas de competitividad de las pymes 2017*, centrado en la integración económica regional, incluyó recomendaciones para las empresas, las instituciones de apoyo al comercio y la inversión y los formuladores de políticas sobre la mejor manera de potenciar la conexión de las mipymes con las cadenas de valor regionales como puerta de acceso a los mercados mundiales. Las publicaciones de 2017 del ITC abordaron otros temas tales como el turismo; las oportunidades de comercio electrónico para las mipymes en China y otros grandes mercados emergentes; las encuestas sobre medidas no arancelarias realizadas en una serie de países en desarrollo seleccionados; la gestión de la calidad; y la competitividad de las pequeñas empresas pertenecientes a mujeres.



Principales eventos del ITC

SheTrades Global 2017

Estambul, del 23 al 24 de febrero

Las mujeres empresarias congregadas en SheTrades Global (antes conocido como Exposición y Foro de Mujeres Empresarias o WVEF) exploraron oportunidades empresariales en más de 1 000 reuniones bilaterales con diversos compradores, entre ellos, Deloitte; Garanti Bank; General Electric; Procter & Gamble; y las filiales turcas de Allianz, Mercedes-Benz y Microsoft. Las mujeres empresarias también recibieron capacitación de asociados como AXA Insurance, Deloitte, Garanti Bank, la Corporación Financiera Internacional y la firma legal Sidley Austin. Uno de los aspectos más destacados del evento fue el Desafío sobre Inversión del WVEF, en el que resultó vencedora la keniana Skylon Global, una empresa emergente liderada por mujeres que dispone de una aplicación para conectar a las personas con proveedores de servicios de salud.

Foro Internacional sobre Mujeres y Comercio

Bruselas, 20 de junio

La Directora Ejecutiva del ITC y la Comisaria de Comercio europea coauspiciaron el Foro Internacional sobre Mujeres y Comercio para obtener apoyo para la política comercial inclusiva y la iniciativa SheTrades. El evento, el primero de este tipo que se organiza, congregó a ministros, parlamentarios, representantes de la sociedad civil y directores generales de más de 30 países con el fin de identificar estrategias y acciones para abordar los retos que entraña el comercio internacional para las mujeres.

El Día de las Microempresas y las Pequeñas y Medianas Empresas: pequeñas empresas, gran impacto

Mundial, 27 de junio

Las Naciones Unidas crearon este nuevo evento internacional para concienciar sobre la importancia de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) en el crecimiento económico inclusivo y el desarrollo internacional. Como organismo designado para liderar las iniciativas del Día de las Mipymes en la familia de las Naciones Unidas, el ITC y sus asociados celebraron eventos en Ginebra y Nueva York con el fin de abogar por un aumento del apoyo para abordar las necesidades y las inquietudes de las mipymes. Diversos gobiernos y personal directivo de las Naciones Unidas utilizaron estos eventos para reconocer la importante función que desempeñan las mipymes en la creación de empleo y el cumplimiento de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

El ITC en el Sexto Examen Global de la Ayuda para el Comercio

Ginebra, del 11 al 13 de julio

En el Sexto Examen Global de la Ayuda para el Comercio de la Organización Mundial del Comercio, el ITC organizó eventos para llamar la atención sobre el apoyo a la apuesta de Gambia por utilizar el comercio para impulsar el desarrollo tras la transición política del país. Los expertos del ITC compartieron ejemplos sobre el impacto del proyecto en el turismo; el empoderamiento económico de las mujeres y los refugiados; la desmercantilización; las cadenas de valor sostenibles; y la integración regional. El ITC presentó también su Mapa de Potencial de Exportación, una nueva herramienta dirigida a los países y las empresas interesados en diversificar y expandir su comercio.



1. Sexto Examen Global de la Ayuda para el Comercio, Ginebra 2. Foro Mundial para el Desarrollo de las Exportaciones, Budapest
3. Foro sobre el Comercio para el Desarrollo Sostenible, Ginebra 4. SheTrades Global 2017, Estambul

Foro sobre el Comercio para el Desarrollo Sostenible

Ginebra, del 25 al 27 de septiembre

En la cuarta edición anual del Foro sobre el Comercio para el Desarrollo Sostenible, representantes de empresas privadas, gobiernos, organizaciones de normalización y organizaciones internacionales exploraron nuevos modelos de cooperación para la consecución de los objetivos de sostenibilidad. En el evento se presentó la nueva plataforma Sustainability Map del ITC.

Foro Mundial para el Desarrollo de las Exportaciones (WEDF) 2017

Budapest, del 25 al 26 de octubre

En la decimoséptima edición del WEDF, más de 600 delegados de 65 países exploraron cómo hacer que el comercio funcione para el 99 %, prestando atención a la mejora del acceso al comercio digital; la integración de las mipymes en las cadenas de valor regionales; el fomento de la innovación y las soluciones ambientalmente sostenibles; y el paso de la agricultura a los agronegocios. El evento, coauspiciado por el Ministerio de Relaciones Exteriores y Comercio, incluyó reuniones de encuentro

entre empresas que generaron nuevas asociaciones y contactos empresariales en el sector del agroprocesamiento. La empresa ghanesa AgroCenta se alzó vencedora de un nuevo concurso de presentación de propuestas dirigido a jóvenes emprendedores y posteriormente también se hizo con el primer puesto del concurso mundial Seedstars 2018 para empresas emergentes de mercados emergentes.

El ITC en la Undécima Conferencia Ministerial de la OMC

Buenos Aires, 14 y 15 de diciembre

En colaboración con Islandia, Sierra Leona y la red Paladines Internacionales de la Igualdad de Género, el ITC fue uno de los impulsores de la Declaración sobre Mujeres y Comercio adoptada en Buenos Aires por más de 120 miembros de la OMC. Los signatarios de la misma, que fue presentada a la presidenta de la Conferencia Ministerial, se comprometieron a identificar y suprimir los obstáculos que lastran las oportunidades para las mujeres en la economía mundial. El ITC también lanzó dos nuevas herramientas de inteligencia de mercado, Global Trade Helpdesk y el Portal del Algodón, así como el capítulo argentino de SheTrades y una versión de Sustainability Map en español.



Asociaciones para el desarrollo sostenible

En 2017, el ITC amplió e intensificó sus asociaciones con un nutrido grupo de partes interesadas públicas y privadas. Estos valiosos asociados ayudaron al ITC a atender mejor una gran variedad de necesidades de los clientes. Por ejemplo, las instituciones académicas contribuyeron con capacitación, los financiadores aportaron recursos financieros, los asociados para el desarrollo respaldaron la creación de capacidad y las empresas privadas respaldaron las conexiones de mercado. Todos ellos aumentaron la capacidad del ITC para mejorar el desempeño de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) en el comercio internacional.

Dentro de los países, el ITC trabaja activamente con los equipos nacionales de las Naciones Unidas para aprovechar sus conocimientos sobre el contexto local, su apoyo administrativo y el acceso a responsables clave de la toma de decisiones.

En el escenario político, el ITC colaboró en el informe de la Dependencia Común de Inspección de las Naciones Unidas *Acuerdos de colaboración del sistema de las Naciones Unidas con el sector privado en el contexto de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*.



Inauguración de la oficina de enlace de la Organización Mundial del Turismo en Ginebra

Organizaciones intergubernamentales

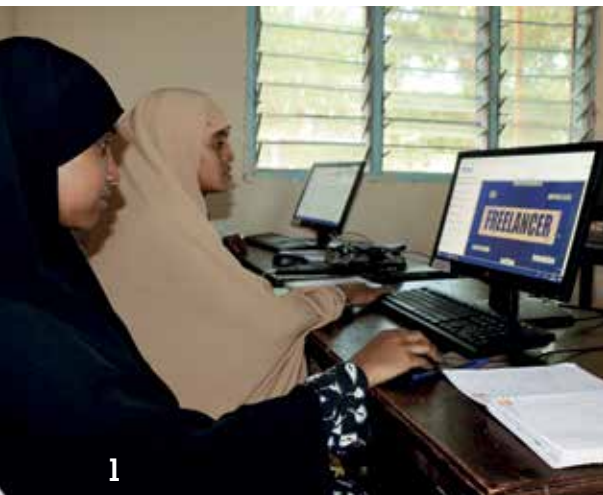
El ITC lanzó un Global Trade Helpdesk en línea y una plataforma de inteligencia de mercado para los productos del algodón en colaboración con la **Organización Mundial del Comercio (OMC)** y la **Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)**.

El ITC siguió colaborando con la UNCTAD en la implantación conjunta de portales de información sobre la facilitación del comercio en África Oriental.

La **Organización Mundial del Turismo de las Naciones Unidas (OMT)** abrió una oficina de enlace en Ginebra en las instalaciones del ITC. Al trabajar bajo un mismo techo, el ITC y la OMT pueden intensificar su asociación para potenciar al máximo la contribución del sector del turismo a la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. En el marco del proyecto Empoderamiento de los Jóvenes en Gambia, el ITC trabajó con la OMT en el desarrollo y el lanzamiento de un plan de estudios nuevo compuesto por 12 módulos de capacitación para el Instituto de Hostelería y Turismo de Gambia.

El ITC y la **Organización Internacional para las Migraciones (OIM)** están desarrollando un proyecto de dos años en Turquía para promover la integración en los mercados laborales locales de las personas sirias a las que se les haya concedido el estatus de protección temporal en el país. El proyecto trabajará en el refuerzo de la competitividad empresarial y comercial de las mipymes, centrándose específicamente en la creación de empleo y el emprendimiento en las comunidades turcas de acogida.

El **Consejo Noruego para los Refugiados (NRC)** y el **Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR)** han estado colaborando con el ITC en la ejecución de la iniciativa de empleo y competencias profesionales de los refugiados en Dadaab (Kenya). Esta iniciativa utiliza incentivos basados en el mercado para mejorar las oportunidades para ganarse la vida de los refugiados mediante el desarrollo de cadenas de valor sectoriales y el refuerzo de las comunidades de acogida.



1



2



3

1. Una estudiante navegando por Internet, Dadaab (Kenya) © Chris Muturi-NRC 2. Grupo de mujeres de Wamo en Hagadera (Kenya) © Chris Muturi-NRC 3. Firma de un memorando de entendimiento con la Secretaría de Integración Económica Centroamericana

Organizaciones regionales

El ITC siguió colaborando con la Secretaría del **Acuerdo de Libre Comercio de Europa Central** (ALCEC) para abordar las medidas no arancelarias (MNA) que obstaculizan el comercio dentro del bloque.

El principal objetivo de la cooperación del ITC con la **Comisión Económica de Eurasia** consiste en contribuir al desarrollo económico sostenible de los Estados miembros de la Unión Económica de Eurasia mediante la creación de un entorno empresarial eficaz que fomente el aumento del comercio intrarregional.

El ITC estableció una asociación con la Comisión de la **Comunidad Económica de los Estados de África Occidental** (CEDEAO) para la capacitación de las mipymes en relación con las oportunidades que entraña el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la OMC para los Estados miembros de la CEDEAO.

El ITC siguió colaborando con el **Grupo de los Estados de África, el Caribe y el Pacífico (ACP)**, trabajando con la Secretaría de dichos Estados para la ejecución del Programa sobre Productos Básicos ACP-UE que busca un aumento de la producción, el procesamiento y la integración en el mercado internacional de la cadena de valor del sector del coco del Caribe.

La asociación del ITC con el **Banco de Desarrollo del Caribe** (BDC) sentó un nuevo precedente en términos de cooperación con bancos de desarrollo multilaterales. El ITC actuó en calidad de consultor con un contrato de servicios, una modalidad que podría aplicarse a otros prestamistas para el desarrollo.

Gracias a la asociación con la **Secretaría de Integración Económica Centroamericana** (SIECA), el ITC pudo aumentar su presencia en América Central. Dicha asociación, que se remonta a 2012, concluyó un proyecto de integración regional de 1 600 millones de dólares en 2017 y podría contribuir a los debates sobre la creación de una plataforma de comercio digital centroamericana.

En colaboración con la **Alianza para una Revolución Verde en África** (AGRA), el ITC está trabajando para impulsar la productividad y los ingresos de los pequeños agricultores.

Instituciones nacionales asociadas

La **Asociación para la Promoción de las Exportaciones y las Inversiones de Azerbaiyán** (AZPROMO), una iniciativa conjunta de los sectores público y privado creada por el Gobierno de dicho país, está trabajando con el ITC en el aumento de la contribución de los sectores no relacionados con el petróleo a la economía azerbaiyana a través de la iniciativa «Asociación Oriental: Listos para el Comercio, una Iniciativa de EU4Business».

El ITC firmó un memorando de entendimiento con la **GIZ**, la Agencia Alemana de Cooperación Internacional, para dotar a las mipymes de Europa y de los países en desarrollo de un conjunto de soluciones para la aplicación de prácticas empresariales sostenibles y de gestión del riesgo climático haciendo una prueba del enfoque Climate Expert desarrollado por la GIZ en la red de empresas del ITC.

El **Consejo Chino para la Promoción del Comercio Internacional** (CCPIT) y el **Fondo de Desarrollo China-África** han sido asociados clave en el marco del proyecto Alianza para la Inversión y el Crecimiento en África (PIGA), que en 2017 siguió brindando asistencia a Etiopía, Kenya, Mozambique y Zambia para el pleno aprovechamiento de los beneficios de la inversión y el comercio de China en los sectores del agroprocesamiento y la manufactura ligera. El ITC trabajó también con el CCPIT para capacitar a mipymes de los países menos adelantados de Asia en relación con la cultura empresarial china con el fin de mejorar su capacidad para exportar a China.

El **Centro de Fomento de las Importaciones de los Países en Desarrollo** (CBI) del Gobierno de los Países Bajos y el ITC afianzaron su relación de larga data. En turismo, el CBI y el ITC brindaron servicios de asesoramiento en materia de comercialización y creación de marcas y apoyo a la promoción de las exportaciones a operadores turísticos del estado de Kayah de Myanmar. En los sectores de la tecnología de la información y los servicios informatizados, el ITC y el CBI colaboraron estrechamente, y con otros proyectos del CBI, para crear sinergias donde el aumento de la capacidad en Bangladesh podía repercutir positivamente en la ejecución de proyectos en Kenya y Uganda.



4



5



6

4. La Directora Ejecutiva del ITC, Arancha González, y el Viceministro de Comercio de China, Wang Shouwen, firman un acuerdo de cooperación en Beijing
 5. El Secretario General del ACP, Patrick Gomes, en el Foro Mundial para el Desarrollo de las Exportaciones de 2017
 6. Arancha González se reúne con Hongbing Gao, Vicepresidente de Alibaba

El **Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo** (PNUD) y el ITC siguieron programando conjuntamente la colaboración nacional en Afganistán en cooperación con la UE.

En Sri Lanka, el **Centro Consultivo sobre Derecho de la Organización Mundial del Comercio** (ACWL) y el ITC colaboraron en una intervención piloto encaminada a reforzar las capacidades institucionales para abordar las medidas comerciales correctivas.

Empresas privadas y asociaciones

El ITC y la empresa del sector de la logística **DHL** ampliaron su colaboración para ayudar a impulsar el número de empresas africanas que hacen negocios en línea. Se ha diseñado un programa de capacitación en línea sobre preparación logística para la exportación a través de la Academia de Comercio para Pymes

del ITC orientado al desarrollo de capacidades y competencias en materia de transporte, gestión de almacenes, intermediación aduanera y servicios de distribución en el último tramo. En colaboración tanto con DHL como con órganos de normalización del sector privado, el ITC ofreció capacitación en materia de logística y aseguramiento de la calidad a mipymes de todo el mundo.

La organización está colaborando con la plataforma **Iniciativa para una Agricultura Sostenible** (IAS), un consorcio de empresas del sector de la alimentación y las bebidas que ha desarrollado conjuntamente la herramienta Farm Sustainability Assessment. La IAS está utilizando la herramienta Sustainability Map del ITC para mejorar el acceso al mercado de cultivadores y cooperativas de todo el mundo.

El ITC y la **Federación Europea de Fabricantes de Alimentos Compuestos para Animales** (FEFAC) firmaron un memorando de entendimiento para el desarrollo de una herramienta de



Conferencia sobre comercio electrónico y países en desarrollo, Instituto Superior, Ginebra



1.-2. *Esprint de innovación de Geneva 2030 Ecosystem*

evaluación comparativa adaptada para evaluar y comparar las normas de sostenibilidad y los códigos aplicados en el sector de la soja. La adopción de las directrices sobre abastecimiento sostenible de la FEAC ayuda a las empresas a mitigar impactos medioambientales negativos tales como la deforestación.

El ITC presidió el Grupo de Trabajo sobre el Fortalecimiento del **Women 20 (W20)** para el grupo oficial de participación para el empoderamiento económico de las mujeres del Grupo de los 20 (G20). En el marco de esta colaboración se emitió un comunicado del W20 dirigido a los líderes del G20. El G20 adoptó varias de las recomendaciones del W20 y lanzó una iniciativa de financiación para las mujeres empresarias (We-Fi) y un grupo de trabajo sobre mujeres empresarias líderes.

El ITC ha iniciado una nueva colaboración con **eco.business Fund** que se propone ofrecer financiación a instituciones asociadas locales en América Latina y el Caribe con el fin de promover la producción y el consumo sostenibles. Esta colaboración aporta transparencia a las inversiones sostenibles que contribuyan a la biodiversidad, mitiguen los riesgos financieros y preserven los recursos naturales.

El **Instituto de Investigación Alibaba** se asoció con el ITC para capacitar conjuntamente a las mipymes de los países menos adelantados de Asia en relación con el acceso al mercado del comercio electrónico chino.

El Programa Moda ética del ITC sigue liderando la cooperación del ITC con empresas internacionales del sector del diseño y la confección. **Vivienne Westwood, EDUN, United Arrows y MIMCO** son algunas de las empresas que están abriendo mercados para microproductores africanos y asiáticos, muchos de ellos mujeres.

Noberasco, líder italiano del sector de los frutos desecados y deshidratados, se ha mostrado muy interesado en colaborar con el ITC para desarrollar el mercado para los frutos tropicales orgánicos desecados de Sri Lanka. La empresa está participando en la elaboración de un estudio de viabilidad para la agregación de valor en el sector de las frutas y las hortalizas del país a través de una subvención para la elaboración de proyectos concedida por



*Producción para EDUN en el marco de la Iniciativa de Moda Ética, Burkina Faso
© ITC Ethical Fashion Initiative & Anne Mimault*

el Fondo para la Aplicación de Normas y el Fomento del Comercio de la OMC. De la ejecución del proyecto se encargarán el ITC y la Asociación de Productores, Procesadores y Exportadores de Frutas y Hortalizas de Sri Lanka.



3. Delegación del ITC con becarios afganos en el Centro de Estudios sobre la OMC, Nueva Delhi. 4. Geneva Global Goals Innovation Day, Ginebra

Instituciones académicas y centros de estudios

El **Grupo Evian** y el ITC colaboraron en la facilitación de un diálogo de múltiples partes interesadas sobre asuntos relacionados con el comercio mundial con el fin de fomentar el liderazgo intelectual y el intercambio de puntos de vista.

El **Centro de Estudios sobre la OMC** del Instituto Indio de Comercio Exterior y el ITC iniciaron una asociación a largo plazo encaminada a fomentar la capacidad de política comercial del Ministerio de Comercio e Industria del Afganistán.

En Sri Lanka, el ITC trabajó con dos institutos de capacitación nacionales, el **Instituto de Posgrado de Gestión** de la Universidad de Sri Lanka y el **Instituto Nacional de Exportaciones (NIOE)** del país, para incorporar cursos sobre política comercial y facilitación del comercio en los planes de estudios de Derecho Mercantil Internacional y Económicas. El ITC y el NIOE también elaboraron un plan de estudios de aprendizaje electrónico para mipymes sobre procedimientos de exportación transfronterizos.

En Tayikistán, el ITC trabajó con la Plataforma para el Desarrollo Empresarial **Aga Khan Development Network (AKDN)** en la mejora del acceso al capital para las empresas del sector del textil y la confección. Un analista de inversiones visitó a nueve beneficiarios del proyecto del ITC en la región de Sogd en septiembre, uno de los cuales ya había firmado un memorando de entendimiento con AKDN para finales de año.

En colaboración con el **Fondo Africano de Garantía para Pequeñas y Medianas Empresas** y con el apoyo del **Fondo Nórdico de Desarrollo**, el ITC está trabajando en la ampliación del acceso a la financiación centrada en el clima para las mipymes de África. Esta colaboración, basada en el Foro sobre Innovación Sostenible 2016 celebrado en Marrakech, introduce un instrumento de garantía verde diseñado para desbloquear la financiación a las mipymes para que inviertan en iniciativas con bajas emisiones de carbono, el crecimiento verde y el desarrollo resiliente al clima.

Dentro del proyecto Empoderamiento de los Jóvenes en Gambia, el ITC forjó una alianza con el **Auroville Earth Institute**, un instituto de capacitación de la India especializado en el sector de la construcción de edificios y obras públicas, para capacitar a los jóvenes en nuevas técnicas de construcción de edificios. Catorce jóvenes gambianos, incluidos arquitectos, ingenieros, contratistas y albañiles, viajaron a la India y asistieron a un programa de capacitación de dos semanas de duración sobre tecnología de bloques de tierra comprimida y estabilizada.



■ 141
países en los que
interviene el ITC en 2017



Apéndices

APÉNDICE I

ÁREAS DE INTERÉS Y PROGRAMAS DEL ITC

ÁREAS DE INTERÉS	PROGRAMAS
1. Facilitación de inteligencia comercial y de mercado	Transparencia comercial
	Medidas no arancelarias en bienes y servicios
	Inteligencia Competitiva
2. Creación de un entorno propicio a la actividad empresarial	Estrategias para el desarrollo del comercio
	Facilitación del comercio
	Apoyo a las negociaciones comerciales y a la reforma política
3. Fortalecimiento de las instituciones de apoyo al comercio y la inversión	Fortalecimiento de las instituciones de apoyo al comercio y la inversión
4. Conexión con las cadenas de valor internacionales	Valor agregado al comercio
	Soluciones electrónicas: la facilitación del comercio a través de canales digitales
5. Promoción e integración de un comercio inclusivo y ecológico	Empoderamiento comercial de las mujeres
	Empoderamiento comercial de las comunidades desfavorecidas
	Juventud y comercio
	Comercio para un desarrollo sostenible
6. Apoyo a la integración económica regional y a las relaciones Sur-Sur	Impulsar el comercio regional
	Comercio e inversiones Sur-Sur

CUÁL ES LA RELACIÓN ENTRE LOS PROGRAMAS DEL ITC Y LOS OBJETIVOS Y LAS METAS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

ODS	OBJETIVOS	PROGRAMAS
Objetivo 1 Poner fin a la pobreza en todas sus formas y en todo el mundo.	1.2 Reducir la proporción de hombres, mujeres y niños de todas las edades que viven en la pobreza. 1.7 Crear marcos normativos sólidos sobre la base de estrategias de desarrollo en favor de los pobres que tengan en cuenta las cuestiones de género.	Todos los programas
Objetivo 2 Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.	2.3 (1) Duplicar la productividad y los ingresos de los productores de alimentos en pequeña escala, en particular las mujeres y (2) Facilitar el acceso a conocimientos, mercados y oportunidades para la generación de valor añadido. 2.4 Asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos.	Programa sobre Medidas no Arancelarias Programa sobre Transparencia Comercial Programa sobre Comercio y Medio Ambiente Programa Valor Agregado al Comercio
Objetivo 4 Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos.	4.4 Garantizar que los jóvenes y los adultos tengan las competencias relevantes para el empleo, el trabajo digno y el emprendimiento.	Programa Juventud y Comercio
Objetivo 5 Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas.	5.5 Velar por la participación plena y efectiva de las mujeres en las empresas y en el comercio y por la igualdad de oportunidades. 5a Otorgar a las mujeres el derecho a los recursos económicos en igualdad de condiciones. 5.b Mejorar el uso de la tecnología instrumental para promover el empoderamiento de la mujer.	Programa de Empoderamiento Comercial de las Mujeres Programa en Soluciones Electrónicas Programa sobre Comercio y Medio Ambiente
Objetivo 8 Promover el crecimiento económico sostenido, inclusivo y sostenible, el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todos.	8.2 Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación. 8.3 (1) Promover políticas que apoyen las actividades productivas, la creación de empleo decente, el emprendimiento, la creatividad y la innovación y (2) Alentar la oficialización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas. 8.9 Poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales. 8.11 Aumentar el apoyo a la iniciativa de ayuda para el comercio.	Todos los programas
Objetivo 9 Construir infraestructuras resilientes, promover la industrialización inclusiva y sostenible y fomentar la innovación.	9.3 Aumentar el acceso de las pymes a los servicios financieros y su integración en las cadenas de valor y los mercados. 9b Garantizar un entorno normativo propicio a la diversificación industrial y la adición de valor.	Programa sobre Transparencia Comercial Programa Estrategias para el Desarrollo del Comercio Programa Valor Agregado al Comercio
Objetivo 10 Reducir la desigualdad en los países y entre ellos.	10.1 Lograr progresivamente el crecimiento de los ingresos del 40 % más pobre. 10.8 Aplicar un trato especial y diferenciado para los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados, de conformidad con los acuerdos de la OMC.	Programa Apoyo a las Negociaciones Comerciales Programa Valor Agregado al Comercio
Objetivo 12 Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.	12.2 Lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales. 12.6 Apoyar a las empresas para que adopten prácticas sostenibles e incorporen información sobre la sostenibilidad en sus ciclos de presentación de informes.	Programa sobre Transparencia Comercial Programa sobre Comercio y Medio Ambiente Programa Valor Agregado al Comercio
Objetivo 16 Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y construir a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas.	16.6 Promover instituciones eficaces, responsables y transparentes a todos los niveles. 16.7 Garantizar la adopción de decisiones inclusivas, participativas y representativas. 16.8 Garantizar la participación de los países en desarrollo en las instituciones de gobernanza mundial.	Programa Fortalecimiento de las Instituciones de Apoyo al Comercio y la Inversión Programa Apoyo a las Negociaciones Comerciales
Objetivo 17 Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.	17.10 Garantizar un sistema de comercio multilateral universal, basado en normas, abierto, no discriminatorio y equitativo en el marco de la OMC. 17.11 Aumentar de manera significativa las exportaciones de los países en desarrollo, duplicando la participación de los países menos adelantados en las exportaciones mundiales para 2020. 17.12 Lograr la consecución oportuna del acceso a los mercados, libre de derechos y de contingentes, de manera duradera para todos los PMA.	Todos los programas

APÉNDICE II

COOPERACIÓN TÉCNICA DEL ITC, POR REGIÓN Y ÁREA DE INTERÉS

PROYECTOS POR REGIÓN	ÁREA DE INTERÉS 1	ÁREA DE INTERÉS 2	ÁREA DE INTERÉS 3	ÁREA DE INTERÉS 4	ÁREA DE INTERÉS 5	ÁREA DE INTERÉS 6	CORPORATIVO	FINANCIADORES	PRESUPUESTO OPEN MILES DE \$	GASTO EN MILES DE \$	% EJECUTADO
África											
África Oriental y Meridional: coordinación de proyectos (B426)		■		■	■	■		Ventanilla I del ITF	25	55	219 %
África Oriental: empoderamiento comercial de las mujeres (Programa Mujeres y Comercio, fase II) (B342)			■		■			TradeMark East Africa	311	355	114 %
África: alianza para un crecimiento impulsado por la inversión (fase de evaluación del alcance y diseño) (A513)						■		Reino Unido	139	123	89 %
África: apoyo al comercio y la inversión de la India en África (SITA) (A854)						■		Reino Unido	3 120	4 218	137 %
África: capacitación sobre financiación sostenible para bancos locales (B319)				■	■			Fondo Africano de Garantía	150	456	304 %
África: mejora del envasado de los alimentos en las pequeñas y medianas empresas de productos agrícolas (A554)				■				FAO	100	109	109 %
África: promoción del comercio y aumento del valor del algodón africano (A920)						■		Unión Europea	50	210	419 %
Benin: fortalecimiento de capacidades de producción y comercio (A860)				■				MIM	80	33	42 %
Burkina Faso y Malí: Moda Ética: Création d'emplois équitables et développement durable de microentreprises dans le secteur mode et "lifestyle" (B276)						■		Unión Europea	1 500	1 307	87 %
Chad: Projet de renforcement des capacités commerciales de la filière gomme arabique Tchadienne (A861)				■				MIM	80	71	88 %
Eritrea: creación de empleo juvenil (B448)					■			Ventanilla I del ITF (FDE)	-	9	-
Estados de África, el Caribe y el Pacífico (ACP): desarrollo del sector privado (B400)				■				Ventanilla I del ITF (FDE)	-	10	-
Experto asociado: oficina para África (B215)						■		Finlandia	90	50	56 %
Experto asociado: oficina regional para África (B323)						■		Países Bajos	160	179	112 %
Gambia: empoderamiento de los jóvenes (B179)		■		■	■			Unión Europea	3 071	2 855	93 %
Guinea: desarrollo del sector del mango (B013)				■				MIM	150	149	100%
Guineé: Programme d'appui à l'integration socio-economique des jeunes (INTEGRA) (B463)		■	■	■	■	■		Ventanilla I del ITF (FDE)	-	47	-
Iniciativa de empleo y competencias profesionales de los refugiados (RESI): vinculación de refugiados de Kenya con oportunidades de mercado (Componente 1) (B381)						■		Países Bajos	-	26	-
Kenya: mejora de la competitividad de las exportaciones del sector del aguacate (NTF III) (A869)				■	■			Países Bajos	30	41	137 %
Kenya: mejora de la competitividad de las exportaciones del sector de TI y SBTI (NTF III) (A923)				■				Países Bajos	125	119	95 %
Las Comoras: mejora de la competitividad de las exportaciones de vainilla, ylang-ylang y clavo (A863)				■				MIM	220	159	72 %
Lesotho: productividad hortofrutícola y desarrollo del comercio (B158)				■				Marco Integrado Mejorado	-	46	-
Malawi: mejora del sistema de estadísticas e información sobre el comercio (A864)	■							Unión Europea	375	402	107 %
Nigeria: desarrollo sostenible de los agroalimentos (B449)	■							Ventanilla I del ITF	40	24	60 %
Participación de una delegación maliense de exportadores de goma arábiga para ingredientes alimentarios (B617)					■			Malí	-	46	-

PROYECTOS POR REGIÓN	ÁREA DE INTERÉS 1	ÁREA DE INTERÉS 2	ÁREA DE INTERÉS 3	ÁREA DE INTERÉS 4	ÁREA DE INTERÉS 5	ÁREA DE INTERÉS 6	CORPORATIVO	FINANCIADORES	PRESUPUESTO OPEN MILES DE \$	GASTO EN MILES DE \$	% EJECUTADO
Río Mano: desarrollo de las cadenas de valor sectoriales del cacao y los cultivos asociados (NTF IV) (B586)			■	■	■			Países Bajos	-	206	-
Route du coton C4 (B162)						■		Ventanilla I del ITF (FDE)	-	7	-
Rwanda: impulso a la competitividad internacional de los grupos de pymes (A862)				■				Alemania, Una ONU	43	17	39 %
Rwanda: potenciar el futuro del comercio electrónico (B330)				■				Alemania	22	120	544 %
Senegal: desarrollo de las exportaciones de servicios de tecnología de la información y de servicios informatizados (NTF IV) (B390)				■	■			Países Bajos	-	26	-
Senegal: mejora de la competitividad del sector del mango (A996)				■				MIM	350	361	103 %
Senegal: proyecto sobre emprendimiento juvenil (A374)					■			Ventanilla I del ITF (FDE)	-	154	-
Tanzanía: integración de las cadenas de valor/de suministro de la horticultura en el turismo - Componente de la SECO (B265)			■	■				Suiza	226	252	112 %
Togo: Renforcement des capacités productives et commerciales de la filière soja (B345)				■				MIM	80	78	98 %
UEMOA: desarrollo de las exportaciones e integración regional (B216)						■		Unión Europea, UEMOA	2 433	1 968	81 %
UEMOA: Projet de développement des exportations sous AGOA (B414)				■		■		UEMOA	-	100	-
Uganda: desarrollo de las exportaciones de servicios de tecnología de la información y de servicios informatizados (NTF IV) (B387)				■	■			Países Bajos	-	50	-
Uganda: mejora de la competitividad de las exportaciones del sector de TI y SBTI (NTF III) (A924)				■				Países Bajos	140	118	84 %
Zambia: empleo verde (A813)								Una ONU	100	86	86 %
Zimbabwe: fortalecimiento del marco institucional sanitario y fitosanitario nacional (A293)		■		■				Unión Europea	600	291	48%
Zimbabwe: proyecto de desarrollo de capacidades de integración regional para el sector del algodón para la industria del vestido (B370)	■	■	■			■		Unión Europea	93	(16)	-17 %

Estados árabes

Estados árabes: desarrollo de las exportaciones de las pymes a través de mercados virtuales (A676)	■	■		■				Banco Mundial	800	619	77%
Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio (A895)	■	■	■					PNUD	600	615	103 %
Estados árabes: MNA para los estados árabes (componente de la OEA)	■		■					Estados Unidos	250	(1)	-1 %
Estados árabes: MNA para los estados árabes (A683/A538)	■		■					Estados Unidos	400	161	40 %
Experto asociado: empoderamiento comercial de las mujeres (B322)					■			Alemania	123	59	48%
Jordania: iniciativa para el empleo y competencia profesional de los refugiados (B450)					■			Japón	181	0	0 %
Libia: fortalecimiento de la academia libia de comercio (B409)			■		■			Francia	500	277	55 %
Marruecos: fomento de las exportaciones para la creación de empleo (A749)				■	■			Canadá	800	621	78 %
Norte de África: participación de las pymes y de la diáspora árabe en el apoyo al crecimiento económico impulsado por las exportaciones (B438)		■		■				Japón	225	152	68 %
Palestina: creación de una ventanilla única sobre negocios sostenibles (A674)			■		■			PNUD	350	68	19%
Projet de développement et de promotion du tourisme en Republique de Djibouti (A993)			■	■				MIM	-	43	-

PROYECTOS POR REGIÓN	ÁREA DE INTERÉS 1	ÁREA DE INTERÉS 2	ÁREA DE INTERÉS 3	ÁREA DE INTERÉS 4	ÁREA DE INTERÉS 5	ÁREA DE INTERÉS 6	CORPORATIVO	FINANCIADORES	PRESUPUESTO OPEN MILES DE \$	GASTO EN MILES DE \$	% EJECUTADO
República Árabe Siria: desarrollo de la capacidad de producción y conexión de las poblaciones desplazadas internas con los mercados internacionales (B434)					■			Japón	291	209	72 %
Sudán: apoyo a la estabilización económica mediante la adhesión a la Organización Mundial del Comercio (B446)		■						Japón	97	73	75 %
Túnez: refuerzo de la competitividad de la cadena de valor de los textiles y la confección (A668)				■				Suiza	800	517	65 %

Asia y el Pacífico

Afganistán: asistencia relacionada con el comercio (A764)		■						Unión Europea	1 800	1 465	81 %
ASEAN: República Democrática Popular Lao (ARISE+) (B505)		■						Ventanilla I del ITF	-	33	-
Bangladesh: competitividad de las exportaciones de TI y SBTI (NTF III) (A973)			■	■				Países Bajos	211	128	61 %
Estudio de viabilidad sobre la agregación de valor en el sector de las frutas y hortalizas de Sri Lanka (B531)			■	■				OMC	-	24	-
Experto asociado: oficina para Asia-Pacífico (B221)			■	■				Japón	75	69	92 %
Fiji: mejora de los servicios para la agricultura (B056)				■				Unión Europea	-	6	-
Miembro en comisión de servicios: República de Corea (B220)				■				Corea	-	356	-
Myanmar: apoyo a la gestión de la ejecución de la estrategia nacional de exportación (B284)		■						Alemania	10	21	205 %
Myanmar: asistencia técnica relacionada con el comercio (ARISE+ Myanmar) (B567)						■		Ventanilla I del ITF (FDE)	-	17	-
Myanmar: desarrollo del turismo inclusivo centrado en los estados de Kayah (consolidación) y de Tanintharyi (ampliación) (NTF IV) (B386)				■				Países Bajos	-	41	-
Myanmar: mejora de la seguridad alimentaria y la conformidad con las MSF para aumentar los ingresos por exportaciones en la cadena de valor del aceite vegetal (A648)			■	■				STDF de la OMC	350	256	73 %
Myanmar: turismo inclusivo centrado en el estado de Kayah (NTF III) (A852)				■				Países Bajos	254	157	62 %
Nepal: mejora y apoyo al comercio de la pashmina (A907)				■				MIM	500	630	126 %
Pacífico: empoderamiento económico de las mujeres (Mujeres y Comercio, fase 2) (A775)					■			Australia	400	390	97 %
Pakistán: crecimiento para el adelanto rural y el progreso sostenible (GRASP) (B466)		■		■	■			Ventanilla I del ITF (FDE)	-	37	-
PMA asiáticos: mejora de la capacidad de exportación para el comercio intrarregional (A850)						■		China	423	419	99 %
Sri Lanka: asistencia relacionada con el comercio (A306)		■		■				Unión Europea	2 000	3 708	185 %

Europa Oriental y Asia Central

Apoyo a la facilitación del comercio entre las partes en el ALCEC (B444)		■						Unión Europea	321	87	27 %
Asociación Oriental: fomento de la integración de las pymes en las cadenas de valor de la UE (B252)				■				Unión Europea	500	170	34 %
Kirguistán: mejora de la competitividad internacional del sector de los textiles y el vestido (GTEX) (B676)			■	■				Suiza	-	5	-
Kirguistán: refuerzo de la competitividad exportadora de las pymes del sector de los textiles y el vestido, y mejora de la capacidad institucional de apoyo al comercio (A466)		■		■				Suiza	60	134	224 %
Tayikistán: mejora de la competitividad internacional del sector de los textiles y el vestido (GTEX) (B675)		■	■	■	■			Suiza	-	5	-
Tayikistán: negociaciones sobre la adhesión a la OMC - Asesoramiento normativo y desarrollo de capacidades (componente uno) (A467)		■	■					Suiza	180	173	96 %

PROYECTOS POR REGIÓN	ÁREA DE INTERÉS 1	ÁREA DE INTERÉS 2	ÁREA DE INTERÉS 3	ÁREA DE INTERÉS 4	ÁREA DE INTERÉS 5	ÁREA DE INTERÉS 6	CORPORATIVO	FINANCIADORES	PRESUPUESTO OPEN MILES DE \$	GASTO EN MILES DE \$	% EJECUTADO
Tayikistán: refuerzo de la competitividad exportadora de las pymes del sector de los textiles y el vestido, y mejora de la capacidad institucional de apoyo al comercio (A666)		■		■				Suiza	290	167	58 %
Ucrania: vinculación de pymes de la industria de frutas y verduras con cadenas de valor internas y mundiales (A303)		■		■				Ventanilla I del ITF, Suecia	530	495	93 %

América Latina y el Caribe

Barbados: mejora de la infraestructura de calidad y seguridad alimentaria en el subsector de los condimentos (B166)		■						Banco de Desarrollo del Caribe	30	33	110%
Caribe: desarrollo de productos con valor añadido y del comercio intrarregional para mejorar la calidad de vida de los productores de coco (A325)			■	■				Unión Europea	1,200	1,820	152%
Haití: iniciativa de moda ética (A922)					■			Estados Unidos	202	387	191%
Las Bahamas: constitución de los Servicios de Información Comercial de las Bahamas (BTIS) (B177)	■	■						Banco de Desarrollo del Caribe	77	89	116%
*San Vicente y las Granadinas: evaluación del cumplimiento del sector del arrurruz en términos de seguridad alimentaria, tecnología y mercado (B108)"			■	■				Banco de Desarrollo del Caribe	41	25	60%
Santa Lucía: refuerzo de la infraestructura institucional para la promoción de las exportaciones (A332)			■					Ventanilla 1 del ITF, Santa Lucía	600	420	70%

Mundial y multirregional

Acuerdos de Asociación Económica (AAE) en Asia-Pacífico y en la Unión Europea (UE) Fase II (B500)	■							Instituto Universitario Nacional de Estudios de Políticas	-	27	-
Apoyo a las negociaciones comerciales (A808)		■						Ventanilla I del ITF	100	94	94 %
Aprendizaje en línea (B155)	■	■	■	■	■	■	■	Fondo rotatorio	150	12	8%
Asociación con DHL: elaboración de una oferta innovadora sobre transporte y logística (B274)				■				DHL	-	71	-
Asociación de los Países del Océano Índico: empoderamiento económico de las mujeres (A285)					■			Australia	615	619	101 %
Asociación, coordinación e innovación							■	Ventanilla I del ITF	280	310	111 %
Beca Mo Ibrahim (B203)							■	Fundación Mo Ibrahim	-	114	-
Comercio de servicios (B026)	■			■	■	■		Ventanilla I del ITF, China	100	260	260 %
Comercio para el Desarrollo Sostenible (T4SD) (B036)					■			Dinamarca, Unión Europea, Ventanilla I del ITF, Suiza, Plataforma Iniciativa para una Agricultura Sostenible, Estados Unidos, Alemania, PepsiCo	2 785	2 757	99 %
DAME resultados (A776)			■					Ventanilla I del ITF	900	928	103 %
Elaboración y gestión de estrategias para la exportación (A802)		■	■					Ventanilla I del ITF	600	598	100 %
Experto asociado: cadenas de valor sostenibles e inclusivas (B307)				■				Países Bajos	45	142	316 %
Experto asociado: comercio y medio ambiente (B198)					■			Alemania	183	147	80 %
Experto asociado: competitividad de las empresas y del sector (B308)		■						Italia	128	148	116 %
Experto asociado: empresas e instituciones (B412)			■	■	■			Alemania		131	-
Experto asociado: facilitación del comercio y política para los negocios (B393)		■						Finlandia	131	130	99 %
Fondo de desarrollo empresarial							■	Ventanilla I del ITF	650	-	-

PROYECTOS POR REGIÓN	ÁREA DE INTERÉS 1	ÁREA DE INTERÉS 2	ÁREA DE INTERÉS 3	ÁREA DE INTERÉS 4	ÁREA DE INTERÉS 5	ÁREA DE INTERÉS 6	CORPORATIVO	FINANCIADORES	PRESUPUESTO OPEN MILES DE \$	GASTO EN MILES DE \$	% EJECUTADO
Fondo rotatorio para el SMF-GCS (B189)			■	■				Fondo rotatorio	230	207	90 %
Fondo rotatorio para la competitividad empresarial de las empresas (B190)				■				Fondo rotatorio	-	270	-
Fondo rotatorio para la TS (B205)			■					Fondo rotatorio	60	203	338 %
Foro Mundial para el Desarrollo de las Exportaciones (WEDF) 2017 (B498)							■	Hungría	-	91	-
Gestión basada en los resultados (B204)							■	Ventanilla I del ITF	70	65	93 %
Gestión de programas del NTF IV (B584)				■	■			Países Bajos	-	76	-
Gestión de programas para la competitividad de las exportaciones (NTF III) (B197)				■				Países Bajos	400	384	96 %
Mapa de Potencial de Exportación (A341)	■							OIT, Ventanilla I del ITF (FDE), Estados Unidos	210	369	176 %
Market Insider (B029)	■		■					Ventanilla I del ITF	177	178	101 %
Mecanismo Euromediterráneo de Facilitación del Comercio y la Inversión - Herramienta en línea y red de resolución de problemas (A859)	■							Unión Europea, Turquía	250	401	160 %
Medidas no arancelarias (fase II) (A866)	■							Ventanilla I del ITF, Estados Unidos	100	37	37%
Mejora de la transparencia comercial mediante la incorporación de herramientas de análisis de mercados (B352)	■							Centro Islámico para el Desarrollo del Comercio	44	41	94 %
Mejora de la transparencia comercial como un bien público mundial a través de las herramientas de análisis de mercados (B336)	■							Unión Europea, Ventanilla I del ITF, Fondo rotatorio para la ICM	1 147	1 756	153 %
Mejora del entorno empresarial para las pymes exportadoras a través de la facilitación del comercio (A812)		■						Ventanilla I del ITF	722	658	91 %
Métodos innovadores: MNA (A866)	■							Estados Unidos	200	-	-
Miembro en comisión de servicios: Kyunghoon Ahn de la República de Corea (B600)	■							Corea	-	56	-
Mundial: creación de redes y gestión del conocimiento para el sector de los textiles y de la confección (GTEX) (B451)				■				Suiza	-	38	-
Normas de origen: base de datos exhaustiva y aplicación web (B464)	■							Ventanilla I del ITF	-	138	-
Normas sobre MSF y calidad (B427)		■						Ventanilla I del ITF	58	54	94 %
Perspectivas de competitividad de las pymes y encuesta (B019)	■		■	■				Ventanilla I del ITF	387	378	98 %
Plataforma Mundial para la Acción sobre la Contratación de Mujeres Proveedoras de Bienes y Servicios (Mujeres y Comercio, fase 2) (A772)					■			Ventanilla I del ITF	93	51	55 %
Programa Comunidades Desfavorecidas y Comercio (A874)					■			Ventanilla I del ITF, Japón	729	780	107 %
Programa Mujeres y Comercio, fase 3 - gestión del programa (B402)					■			Australia, Ventanilla I del ITF, TradeMark East Africa	968	714	74 %
SheTrades Connect: MyC fase III (B404)					■			Ventanilla I del ITF	-	214	-
SheTrades Mujeres del sector del café, fase 3 (B440)					■			Ventanilla I del ITF	-	162	-
SheTrades Mujeres y Comercio, fase 3 (B403)					■			Ventanilla I del ITF	-	293	-
Soluciones electrónicas: herramientas básicas y capacitación (B273)				■				Ventanilla I del ITF, Estados Unidos	400	222	56 %
Soporte y servicios de tecnología de la información (B419)							■	Ventanilla I del ITF	185	185	100%
Valor agregado al comercio (B415)				■				Ventanilla I del ITF, Estados Unidos	450	278	62 %

APÉNDICE III

PROYECTOS Y PROGRAMAS NACIONALES Y REGIONALES DEL ITC, POR PAÍS

PAÍS/ZONA	<ul style="list-style-type: none"> ■ PROGRAMAS MUNDIALES Y REGIONALES ■ PROYECTOS NACIONALES
AFGANISTÁN	<ul style="list-style-type: none"> ■ PMA asiáticos: mejora de la capacidad de exportación para el comercio intrarregional ■ Afganistán: asistencia relacionada con el comercio
ALBANIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I) ■ Apoyo a la facilitación del comercio entre las partes en el ALCEC
ANGOLA	<ul style="list-style-type: none"> ■ África: estrategias regionales del sector del algodón
ARABIA SAUDITA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio
ARGELIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio ■ Experto asociado: Saskia Wendland ■ Mecanismo Euromediterráneo de Facilitación del Comercio y la Inversión, herramienta en línea y red de resolución de problemas ■ Norte de África: participación de las pymes y de la diáspora árabe en el apoyo al crecimiento económico impulsado por las exportaciones ■ Superar los obstáculos al comercio relacionados con las medidas no arancelarias en los países árabes
ARMENIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Asociación Oriental: Listos para el Comercio - una iniciativa de EU4Business
AZERBAIYÁN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Asociación Oriental: Listos para el Comercio - una iniciativa de EU4Business
BAHAMAS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Bahamas: constitución de los Servicios de Información Comercial de las Bahamas (BTIS)
BANGLADESH	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I) ■ PMA asiáticos: mejora de la capacidad de exportación para el comercio intrarregional ■ Gestión de programas para la competitividad de las exportaciones (NTF III) ■ Bangladesh: competitividad de las exportaciones de TI y SBTI (NTF III)
BARBADOS	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I) ■ Barbados: mejora de la infraestructura de calidad y seguridad alimentaria en el subsector de los condimentos
BELARÚS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Asociación Oriental: Listos para el Comercio - una iniciativa de EU4Business
BELICE	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I) ■ Caribe: desarrollo de productos con valor añadido y del comercio intrarregional para mejorar la calidad de vida de los productores de coco
BENIN	<ul style="list-style-type: none"> ■ África: estrategias regionales del sector del algodón ■ Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR/ UEMOA) ■ UEMOA: Projet de développement des exportations sous AGOA ■ África Occidental: Route du coton-C4* ■ Benin: fortalecimiento de capacidades de producción y comercio
BHUTÁN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Apoyo al comercio en Bhután
BOSNIA Y HERZEGOVINA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Apoyo a la facilitación del comercio entre las partes en el ALCEC

* Financiado por el fondo de desarrollo empresarial

PAÍS/ZONA	<ul style="list-style-type: none"> ■ PROGRAMAS MUNDIALES Y REGIONALES ■ PROYECTOS NACIONALES
BURKINA FASO	<ul style="list-style-type: none"> ■ África: estrategias regionales del sector del algodón ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I) ■ Burkina Faso et Mali : Création d'emplois équitables et développement durable de microentreprises dans les chaînes de valeur liées au secteur du « lifestyle » ■ Programa Comunidades Desfavorecidas y Comercio ■ Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR/ UEMOA) ■ UEMOA: Projet de développement des exportations sous AGOA ■ África Occidental: Route du coton-C4*
CAMBOYA	<ul style="list-style-type: none"> ■ PMA asiáticos: mejora de la capacidad de exportación para el comercio intrarregional ■ Programa Comunidades Desfavorecidas y Comercio
CAMERÚN	<ul style="list-style-type: none"> ■ África: estrategias regionales del sector del algodón ■ África Subsahariana: mejora del envasado de los alimentos en las pequeñas y medianas empresas de productos agrícolas
CHAD (EL)	<ul style="list-style-type: none"> ■ África: estrategias regionales del sector del algodón ■ África Occidental: Route du coton-C4* ■ Tchad: Projet de renforcement des capacités commerciales de la filière gomme arabique Tchadienne
CHINA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Alianza para un crecimiento impulsado por la inversión en África (fase de evaluación del alcance y diseño)
COMORAS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Comoras: mejora de la competitividad de las exportaciones de vainilla, ylang-ylang y clavo
CÔTE D'IVOIRE	<ul style="list-style-type: none"> ■ África: estrategias regionales del sector del algodón ■ Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR/ UEMOA) ■ África Subsahariana: mejora del envasado de los alimentos en las pequeñas y medianas empresas de productos agrícolas ■ África Subsahariana: formación y conferencias sobre finanzas sostenibles para instituciones financieras y pymes ■ UEMOA: Projet de développement des exportations sous AGOA
DJIBOUTI	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio ■ Experto asociado: Saskia Wendland ■ Projet de développement et de promotion du tourisme en République de Djibouti
DOMINICA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Caribe: desarrollo de productos con valor añadido y del comercio intrarregional para mejorar la calidad de vida de los productores de coco
EGIPTO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio ■ Mecanismo Euromediterráneo de Facilitación del Comercio y la Inversión, herramienta en línea y red de resolución de problemas ■ Mundial: creación de redes y gestión del conocimiento para el sector de los textiles y de la confección (GTEX) ■ Norte de África: participación de las pymes y de la diáspora árabe en el apoyo al crecimiento económico impulsado por las exportaciones ■ Superar los obstáculos al comercio relacionados con las medidas no arancelarias en los países árabes
EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio
ERITREA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Eritrea: creación de empleo juvenil*
ESTADO DE PALESTINA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio ■ Mecanismo Euromediterráneo de Facilitación del Comercio y la Inversión - Herramienta en línea y red de resolución de problemas ■ Palestina: creación de una ventanilla única sobre negocios sostenibles

PAÍS/ZONA	<ul style="list-style-type: none"> ■ PROGRAMAS MUNDIALES Y REGIONALES ■ PROYECTOS NACIONALES
ETIOPÍA	<ul style="list-style-type: none"> ■ África: estrategias regionales del sector del algodón ■ Alianza para el crecimiento y la inversión en África (fase principal) ■ Alianza para un crecimiento impulsado por la inversión en África (fase de evaluación del alcance y diseño) ■ Programa Comunidades Desfavorecidas y Comercio ■ SheTrades Café (Mujeres y Comercio, fase III) ■ Apoyo al comercio y la inversión de la India en África (SITA)
EX REPÚBLICA YUGOSLAVA DE MACEDONIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Apoyo a la facilitación del comercio entre las partes en el ALCEC
FIJI	<ul style="list-style-type: none"> ■ Fiji: mejora de los servicios esenciales para la agricultura ■ Fiji: mejora de los servicios esenciales para la ganadería y los productos ganaderos
GAMBIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I) ■ Gambia: proyecto empoderamiento de los Jóvenes (YEP)
GEORGIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Asociación Oriental: Listos para el Comercio - una iniciativa de EU4Business
GHANA	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I) ■ África Subsahariana: formación y conferencias sobre finanzas sostenibles para instituciones financieras y pymes
GUINEA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Río Mano: desarrollo de las cadenas de valor sectoriales del cacao y los cultivos asociados (NTF IV) ■ Gestión de programas del NTF IV ■ Guinea: desarrollo del sector del mango ■ Guinée: Programme d'appui à l'integration socio-economique des jeunes (INTEGRA)*
GUINEA-BISSAU	<ul style="list-style-type: none"> ■ África: estrategias regionales del sector del algodón ■ Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR/ UEMOA) ■ UEMOA: Projet de développement des exportations sous AGOA
GUYANA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Caribe: desarrollo de productos con valor añadido y del comercio intrarregional para mejorar la calidad de vida de los productores de coco
HAITÍ	<ul style="list-style-type: none"> ■ Programa Comunidades Desfavorecidas y Comercio ■ Haití: iniciativa de moda ética
INDIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Apoyo al comercio y la inversión de la India en África (SITA)
INDONESIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Asociación de los Países del Océano Índico: empoderamiento económico de las mujeres
IRAQ	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio
JAMAICA	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I) ■ Caribe: desarrollo de productos con valor añadido y del comercio intrarregional para mejorar la calidad de vida de los productores de coco
JORDANIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio ■ Estados árabes: desarrollo de las exportaciones de las pymes a través de mercados virtuales ■ Mecanismo Euromediterráneo de Facilitación del Comercio y la Inversión, herramienta en línea y red de resolución de problemas ■ Superar los obstáculos al comercio relacionados con las medidas no arancelarias en los países árabes ■ Jordania: iniciativa de empleo y competencias profesionales de los refugiados (RESI)

* Financiado por el fondo de desarrollo empresarial

PAÍS/ZONA	<ul style="list-style-type: none"> ■ PROGRAMAS MUNDIALES Y REGIONALES ■ PROYECTOS NACIONALES
KENYA	<ul style="list-style-type: none"> ■ África: estrategias regionales del sector del algodón
	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I)
	<ul style="list-style-type: none"> ■ África Oriental: empoderamiento de las mujeres en el comercio (programa Mujeres y Comercio, fase II)
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gestión de programas para la competitividad de las exportaciones (NTF III)
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Asociación de los Países del Océano Índico: empoderamiento económico de las mujeres
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Alianza para el crecimiento y la inversión en África (fase principal)
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Alianza para un crecimiento impulsado por la inversión en África (fase de evaluación del alcance y diseño)
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Programa Comunidades Desfavorecidas y Comercio
	<ul style="list-style-type: none"> ■ África Subsahariana: mejora del envasado de los alimentos en las pequeñas y medianas empresas de productos agrícolas
	<ul style="list-style-type: none"> ■ África Subsahariana: formación y conferencias sobre finanzas sostenibles para instituciones financieras y pymes
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Apoyo al comercio y la inversión de la India en África (SITA)
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kenya: mejora de la competitividad de las exportaciones del sector de TI y SBTI (NTF III)
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kenya: mejora de la competitividad de las exportaciones del sector del aguacate (NTF III)
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Iniciativa de empleo y competencias profesionales de los refugiados (RESI): Vinculación de refugiados de Kenya con oportunidades de mercado (Componente 1)
KIRGUISTÁN	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I)
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mundial: creación de redes y gestión del conocimiento para el sector de los textiles y el vestido (GTEX)
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kirguistán: mejora de la competitividad internacional del sector de los textiles y el vestido (GTEX)
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kirguistán: refuerzo de la competitividad exportadora de las pymes del sector de los textiles y el vestido, y mejora de la capacidad institucional de apoyo al comercio
KUWAIT	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio
LESOTHO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Lesotho: productividad hortofrutícola y desarrollo del comercio
LÍBANO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mecanismo Euromediterráneo de Facilitación del Comercio y la Inversión, herramienta en línea y red de resolución de problemas
LIBERIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Río Mano: desarrollo de las cadenas de valor sectoriales del cacao y los cultivos asociados (NTF IV)
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Gestión de programas del NTF IV
LIBIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Libia: Academia de Comercio
MALAWI	<ul style="list-style-type: none"> ■ África: estrategias regionales del sector del algodón
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Malawi: mejora del sistema de estadísticas e información sobre el comercio
MALÍ	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I)
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Burkina Faso et Mali : Création d'emplois équitables et développement durable de microentreprises dans les chaînes de valeur liées au secteur du « lifestyle »
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Programa Comunidades Desfavorecidas y Comercio
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR/ UEMOA)
	<ul style="list-style-type: none"> ■ África Subsahariana: mejora del envasado de los alimentos en las pequeñas y medianas empresas de productos agrícolas
	<ul style="list-style-type: none"> ■ UEMOA: Projet de développement des exportations sous AGOA
	<ul style="list-style-type: none"> ■ África Occidental: Route du coton-C4*
	<ul style="list-style-type: none"> ■ Participación de una delegación maliense de exportadores de goma arábiga para ingredientes alimentarios

PAÍS/ZONA	<ul style="list-style-type: none"> ■ PROGRAMAS MUNDIALES Y REGIONALES ■ PROYECTOS NACIONALES
MARRUECOS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio ■ Estados árabes: desarrollo de las exportaciones de las pymes a través de mercados virtuales ■ Mecanismo Euromediterráneo de Facilitación del Comercio y la Inversión, herramienta en línea y red de resolución de problemas ■ Mundial: creación de redes y gestión del conocimiento para el sector de los textiles y de la confección (GTEX) ■ Norte de África: participación de las pymes y de la diáspora árabe en el apoyo al crecimiento económico impulsado por las exportaciones ■ Superar los obstáculos al comercio relacionados con las medidas no arancelarias en los países árabes ■ Marruecos: fomento de las exportaciones para la creación de empleo
MAURITANIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I) ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio
MONGOLIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I)
MONTENEGRO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Apoyo a la facilitación del comercio entre las partes en el ALCEC
MOZAMBIQUE	<ul style="list-style-type: none"> ■ África: estrategias regionales del sector del algodón ■ Alianza para el crecimiento y la inversión en África (fase principal) ■ Alianza para un crecimiento impulsado por la inversión en África (fase de evaluación del alcance y diseño)
MYANMAR	<ul style="list-style-type: none"> ■ PMA asiáticos: mejora de la capacidad de exportación para el comercio intrarregional ■ Gestión de programas para la competitividad de las exportaciones (NTF III) ■ Gestión de programas del NTF IV ■ Asistencia técnica en materia de comercio en Myanmar (ARISE+ Myanmar)* ■ Myanmar: mejora de la seguridad alimentaria y la conformidad con las MSF para aumentar los ingresos por exportaciones en la cadena de valor del aceite vegetal ■ Myanmar: turismo inclusivo centrado en el estado de Kayah (NTF III) ■ Myanmar: desarrollo del turismo inclusivo centrado en los estados de Kayah (consolidación) y de Tanintharyi (ampliación) (NTF IV) ■ Myanmar: apoyo a la gestión de la ejecución de la estrategia nacional de exportación
NAMIBIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I)
NEPAL	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I) ■ PMA asiáticos: mejora de la capacidad de exportación para el comercio intrarregional ■ Programa Comunidades Desfavorecidas y Comercio ■ Nepal: mejora y apoyo al comercio de la pashmina
NÍGER	<ul style="list-style-type: none"> ■ África: estrategias regionales del sector del algodón ■ Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR/ UEMOA) ■ UEMOA: Projet de développement des exportations sous AGOA
NIGERIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I) ■ África Subsahariana: mejora del envasado de los alimentos en las pequeñas y medianas empresas de productos agrícolas ■ Nigeria: Food Africa, fondo para los ODS
OMÁN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio
PAKISTÁN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Pakistán: crecimiento para el adelanto rural y el progreso sostenible (GRASP)*
PAPUA NUEVA GUINEA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Pacífico: empoderamiento económico de las mujeres (Mujeres y Comercio, fase II)

* Financiado por el fondo de desarrollo empresarial

PAÍS/ZONA	<ul style="list-style-type: none"> ■ PROGRAMAS MUNDIALES Y REGIONALES ■ PROYECTOS NACIONALES
QATAR	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio ■ Qatar: plan de acción
REPÚBLICA ÁRABE SIRIA (LA)	<ul style="list-style-type: none"> ■ República Árabe Siria: desarrollo de la capacidad de producción y conexión de las poblaciones desplazadas internas con los mercados internacionales
REPÚBLICA CENTROAFRICANA (LA)	<ul style="list-style-type: none"> ■ África: estrategias regionales del sector del algodón
REPÚBLICA DE MOLDOVA (LA)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Asociación Oriental: Listos para el Comercio - una iniciativa de EU4Business ■ Apoyo a la facilitación del comercio entre las partes en el ALCEC
REPÚBLICA DEMOCRÁTICA DEL CONGO (LA)	<ul style="list-style-type: none"> ■ África: estrategias regionales del sector del algodón
REPÚBLICA DEMOCRÁTICA POPULAR LAO	<ul style="list-style-type: none"> ■ PMA asiáticos: mejora de la capacidad de exportación para el comercio intrarregional ■ República Democrática Popular Lao: apoyo a la integración regional de la ASEAN (Laos-ARISE Plus)* ■ República Democrática Popular Lao: mejora del turismo sostenible, la producción no contaminante y la capacidad de exportación
REPÚBLICA DOMINICANA (LA)	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I) ■ Caribe: desarrollo de productos con valor añadido y del comercio intrarregional para mejorar la calidad de vida de los productores de coco
REPÚBLICA UNIDA DE TANZANÍA (LA)	<ul style="list-style-type: none"> ■ África: estrategias regionales del sector del algodón ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I) ■ África Subsahariana: mejora del envasado de los alimentos en las pequeñas y medianas empresas de productos agrícolas ■ Apoyo al comercio y la inversión de la India en África (SITA) ■ Tanzania: integración de las cadenas de valor/de suministro de la horticultura en el turismo - Componente de la SECO
RWANDA	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I) ■ África Oriental: empoderamiento de las mujeres en el comercio (programa Mujeres y Comercio, fase II) ■ SheTrades Café (Mujeres y Comercio, fase III) ■ África Subsahariana: mejora del envasado de los alimentos en las pequeñas y medianas empresas de productos agrícolas ■ Apoyo al comercio y la inversión de la India en África (SITA) ■ Rwanda: impulso a la competitividad internacional de los grupos de pymes ■ Rwanda: potenciar el futuro del comercio electrónico
SAN VICENTE Y LAS GRANADINAS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Caribe: desarrollo de productos con valor añadido y del comercio intrarregional para mejorar la calidad de vida de los productores de coco ■ San Vicente y las Granadinas: evaluación del cumplimiento del sector del arrurruz en términos de seguridad alimentaria, tecnología y mercado
SANTA LUCÍA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Caribe: desarrollo de productos con valor añadido y del comercio intrarregional para mejorar la calidad de vida de los productores de coco ■ Santa Lucía: refuerzo de la infraestructura institucional para la promoción de las exportaciones

PAÍS/ZONA	<ul style="list-style-type: none"> ■ PROGRAMAS MUNDIALES Y REGIONALES ■ PROYECTOS NACIONALES
SENEGAL	<ul style="list-style-type: none"> ■ África: estrategias regionales del sector del algodón ■ Gestión de programas del NTF IV ■ Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR/ UEMOA) ■ África Subsahariana: mejora del envasado de los alimentos en las pequeñas y medianas empresas de productos agrícolas ■ UEMOA: Projet de développement des exportations sous AGOA ■ Projet d'appui aux jeunes entrepreneurs sénégalais* ■ Senegal: desarrollo de las exportaciones de servicios de tecnología de la información y de servicios informatizados (NTF IV) ■ Senegal: mejora de la competitividad del sector del mango
SERBIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Apoyo a la facilitación del comercio entre las partes en el ALCEC
SIERRA LEONA	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I) ■ Río Mano: desarrollo de las cadenas de valor sectoriales del cacao y los cultivos asociados (NTF IV) ■ Gestión de programas del NTF IV
SOMALIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio
SRI LANKA	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I) ■ Asociación de los Países del Océano Índico: empoderamiento económico de las mujeres ■ Estudio de viabilidad sobre la agregación de valor en el sector de las frutas y hortalizas de Sri Lanka ■ Sri Lanka: asistencia relacionada con el comercio
SUDÁN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio ■ Sudán: apoyo a la estabilización económica mediante la adhesión a la Organización Mundial del Comercio
SURINAME	<ul style="list-style-type: none"> ■ Caribe: desarrollo de productos con valor añadido y del comercio intrarregional para mejorar la calidad de vida de los productores de coco
TAYIKISTÁN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mundial: creación de redes y gestión del conocimiento para el sector de los textiles y de la confección (GTEX) ■ Tayikistán: mejora de la competitividad internacional del sector de los textiles y el vestido (GTEX) ■ Tayikistán: refuerzo de la competitividad exportadora de las pymes del sector de los textiles y el vestido, y mejora de la capacidad institucional de apoyo al comercio ■ Tayikistán: negociaciones sobre la adhesión a la OMC - asesoramiento normativo y desarrollo de capacidades (componente uno)
TOGO	<ul style="list-style-type: none"> ■ África: estrategias regionales del sector del algodón ■ Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR/ UEMOA) ■ UEMOA: Projet de développement des exportations sous AGOA ■ Togo: Renforcement des capacités productives et commerciales de la filière soja
TRINIDAD Y TOBAGO	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I) ■ Caribe: desarrollo de productos con valor añadido y del comercio intrarregional para mejorar la calidad de vida de los productores de coco

* Financiado por el fondo de desarrollo empresarial

PAÍS/ZONA	<ul style="list-style-type: none"> ■ PROGRAMAS MUNDIALES Y REGIONALES ■ PROYECTOS NACIONALES
TÚNEZ	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio ■ Estados árabes: desarrollo de las exportaciones de las pymes a través de mercados virtuales ■ Mecanismo Euromediterráneo de Facilitación del Comercio y la Inversión, herramienta en línea y red de resolución de problemas ■ Mundial: creación de redes y gestión del conocimiento para el sector de los textiles y de la confección (GTEX) ■ Norte de África: participación de las pymes y de la diáspora árabe en el apoyo al crecimiento económico impulsado por las exportaciones ■ Superar los obstáculos al comercio relacionados con las medidas no arancelarias en los países árabes ■ Túnez: refuerzo de la competitividad de la cadena de valor de los textiles y la confección
TURQUÍA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Mecanismo Euromediterráneo de Facilitación del Comercio y la Inversión, herramienta en línea y red de resolución de problemas
UCRANIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Asociación Oriental: Listos para el Comercio - una iniciativa de EU4Business ■ Ucrania: vinculación de pymes de la industria de frutas y verduras con cadenas de valor nacionales y mundiales ■ Ucrania: hoja de ruta para el desarrollo estratégico del comercio
UGANDA	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I) ■ África Oriental: empoderamiento de las mujeres en el comercio (programa Mujeres y Comercio, fase II) ■ Gestión de programas para la competitividad de las exportaciones (NTF III) ■ Gestión de programas del NTF IV ■ SheTrades Café (Mujeres y Comercio, fase III) ■ Apoyo al comercio y la inversión de la India en África (SITA) ■ Uganda: mejora de la competitividad de las exportaciones del sector de TI y SBTI (NTF III) ■ Uganda: desarrollo de las exportaciones de servicios de tecnología de la información y de servicios informatizados (NTF IV)
YEMEN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio
ZAMBIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ África: estrategias regionales del sector del algodón ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I) ■ Alianza para el crecimiento y la inversión en África (fase principal) ■ Alianza para un crecimiento impulsado por la inversión en África (fase de evaluación del alcance y diseño) ■ África Subsahariana: mejora del envasado de los alimentos en las pequeñas y medianas empresas de productos agrícolas ■ África Subsahariana: formación y conferencias sobre finanzas sostenibles para instituciones financieras y pymes ■ Zambia: empleo «verde»
ZIMBABWE	<ul style="list-style-type: none"> ■ África: estrategias regionales del sector del algodón ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I) ■ Zimbabwe: proyecto de desarrollo de capacidades e integración regional para el sector del algodón para el vestido ■ Zimbabwe: fortalecimiento del marco institucional sanitario y fitosanitario nacional

* Financiado por el fondo de desarrollo empresarial

APÉNDICE IV

EVALUACIÓN DE LAS NECESIDADES Y DISEÑO DE PROYECTOS DEL ITC EN 2017, POR REGIÓN

REGIÓN	REGIONAL	ESPECÍFICOS PARA CADA PAÍS
África Subsahariana	COMESA: proyecto para la integración regional y el desarrollo del sector privado	Madagascar: Programme d'appui au développement des exportations
	Unión Africana: impulso del comercio intraafricano	Cameroun: Projet d'investissement et de développement des marchés agricoles
	Empoderamiento de pequeños productores mediante el impulso del acceso al mercado (TICAD V): Malawi, Etiopía, Kenya	Senegal: Projet d'appui aux jeunes entrepreneurs sénégalais*
	África Occidental: Route du coton-C4*	Zambia: desarrollo de la cadena de valor del algodón para el vestido empoderando a los agricultores para añadir valor al algodón
	África Occidental: abastecimiento sostenible de nueces de karité	Namibia: apoyo a la competitividad comercial de las pymes
	CEEAC: Appui au commerce intra-africain	Seychelles: apoyo después de la adhesión a la OMC
	Observatorio comercial de la CUA	Niger: Projet de renforcement de la compétitivité à l'exportation de certaines filières agricoles oignons « violet de Galmi », viande séchée « kilishi » et niébé du Niger pour un développement économique inclusif et durable
	Proyecto de actualización del acceso al mercado de la UE-CAO - MARKUP	Togo: Programme d'appui au commerce
	SADC: desarrollo sectorial para el agroprocesamiento y los productos farmacéuticos	Uganda: mejora de los medios de vida de las personas desplazadas y las comunidades de acogida a través del comercio
	UEMOA: Projet de développement des exportations sous AGOA	Malí: Appui au développement des exportations
	CEDEAO: proyecto de competitividad regional de África Occidental	République Démocratique du Congo: Programme d'appui au commerce
	Programa de embalaje sostenible	Rwanda: potenciar el futuro del comercio electrónico
	Renforcement du Management opérationnel des programmes de soutien à l'exportation dans vingt (20) pays moins avancés d'Afrique subsaharienne	Guinee: Projet d'Appui au Renforcement de la Compétitivité à l'Exportation dans la chaîne de valeurs mondiales et à l'Intégration Régionale (PARCEIR)
		Eritrea: creación de empleo juvenil*
		Nigeria: Food Africa, fondo para los ODS
		Guinée: Programme d'appui à l'integration socio-economique des jeunes (INTEGRA)*
		Côte d'Ivoire: Projet FIDA d'appui à la transformation et commercialisation (PROPACOM-Ouest)
	Sudáfrica: prestar apoyo para el desarrollo del comercio a los sectores de la agricultura, la silvicultura y la pesca de Sudáfrica	
	Cameroun: Programme pour la promotion de l'entreprenariat et de l'insertion professionnel au Cameroun (PROPEICAM)	
	Iniciativa de empleo y competencias profesionales de los refugiados (RESI): Vinculación de refugiados de Kenya con oportunidades de mercado	
	Alianzas para la Acción A4A: Ghana - Apoyo al cacao y a los cultivos asociados para desarrollar la resiliencia de los agricultores y su participación en el comercio	
	Liberia: desarrollo de la industria turística del surf	
	Gambia: empleo, competencias y financiación (ECF) para las mujeres y los jóvenes	
	Zimbabwe: proyecto de desarrollo de capacidades e integración regional para el sector del algodón para el vestido (fase II)	
	UNDAP II: Tanzania	

* Financiado por el fondo de desarrollo empresarial

REGIÓN	REGIONAL	ESPECÍFICOS PARA CADA PAÍS
Asia y el Pacífico	Ayudar a la comunidad cocotera de Asia-Pacífico a convertirse en una institución mundial de apoyo al sector del coco y un asociado en la ejecución de proyectos de desarrollo del sector	<p>Apoyo al comercio en Bhután</p> <p>Pakistán: crecimiento para el adelanto rural y el progreso sostenible (GRASP)*</p> <p>Afganistán: iniciativa de estilos de vida éticos para la reintegración económica de los retornados y los desplazados internos</p> <p>Pakistán: soluciones electrónicas para las pymes en Punjab*</p> <p>Programa sobre comercio e inversión (PCI) en Myanmar</p> <p>República Democrática Popular Lao: apoyo a la integración regional de la ASEAN (Laos-ARISE Plus)*</p> <p>Asistencia técnica en materia de comercio en Myanmar (ARISE+ Myanmar)</p> <p>Myanmar: mejorar el suministro de la horticultura y el turismo sostenible para forjar vínculos empresariales</p> <p>Programa sobre comercio e inversión de Nepal</p>
Región árabe	<p>Mecanismo Euromediterráneo de Facilitación del Comercio y la Inversión (MFCI) Fase II</p> <p>Fomento de la competitividad de las pymes y el comercio entre los países miembros del Acuerdo de Agadir</p>	<p>Fortalecimiento de la competitividad de las exportaciones de las pymes de Omán de los subsectores prioritarios: incienso y dátiles</p> <p>Libano: fomentar la resiliencia de la economía libanesa</p> <p>Estado de Palestina: mejora de la competitividad de una serie de bienes y servicios seleccionados para satisfacer la demanda de los mercados internacionales</p> <p>Túnez: Projet d'autonomisation économique des femmes chefs d'entreprises dans les régions de l'intérieur</p> <p>Túnez: Projet de valorisation des industries créatives et agroalimentaires pour un emploi durable</p> <p>Academia de Comercio del Iraq</p> <p>SheTrades Jordania</p> <p>Sudán: programa para el empoderamiento agrario de jóvenes y migrantes (YMAEP)</p> <p>Argelia - estrategia nacional de comercio para respaldar la diversificación económica de Argelia (AfTIAS)</p> <p>Djibouti: estudio de viabilidad para crear una aldea de exportación de artesanía (AfTIAS)</p> <p>Arabia Saudita: desarrollo del sector del dátil en la región de Medina (AfTIAS)</p> <p>Egipto: crear un departamento especializado de promoción de las exportaciones dentro del Banco de Desarrollo de las Exportaciones de Egipto (AfTIAS)</p> <p>Estrategia de desarrollo de las exportaciones no relacionadas con el petróleo de Omán</p> <p>Libano: competitividad de las exportaciones de las pymes de los sectores de TI y de los frutos secos (AfTIAS)</p> <p>Gaza: creación de empleo mediante alianzas para el desarrollo de las pymes</p> <p>Jordania: comercio para el empleo</p> <p>Estado de Palestina: reforma y desarrollo de los mercados, las cadenas de valor y las organizaciones de productores</p> <p>República Árabe Siria: facilitación a través de canales digitales</p> <p>Sudán: adhesión a la OMC</p> <p>Estado de Palestina: vinculación de los refugiados y de la población joven de Gaza con oportunidades de mercado</p> <p>Qatar: fundaciones para comercio electrónico B2B</p> <p>Túnez, Marruecos, Egipto: mejora de la competitividad internacional del sector de los textiles y el vestido (GTEX)</p> <p>Emiratos Árabes Unidos: competitividad de las pymes de sectores prioritarios</p>

REGIÓN	REGIONAL	ESPECÍFICOS PARA CADA PAÍS
América Latina y el Caribe	América Central: vinculación de las empresas pertenecientes a mujeres (WBE) con el mercado mundial del sector de la decoración del hogar y los regalos hechos a mano	Jamaica: mejora y mantenimiento de la capacidad de comercio de los actores privados
	Caribe: desarrollo de productos con valor añadido y del comercio intrarregional para mejorar la calidad de vida de los productores de coco (fase II)	Ecuador: desarrollo de oportunidades de mercado en la UE para frutas tropicales y exóticas
		Colombia PUEDE: paz y unidad a través del desarrollo económico rural y las exportaciones* Granada: apoyo a los sectores de gestión de la seguridad alimentaria de la fruta y las hortalizas frescas Guatemala: proyecto de desarrollo fronterizo
Europa Oriental y Asia Central	Asociación Oriental: Listos para el Comercio - una iniciativa de EU4Business	Tayikistán: propiciar el acceso al mercado de los productos agrícolas mediante la mejora del sistema de seguridad alimentaria (FANFC)
		Estrategia nacional de exportación de Ucrania
		Kirguistán y Tayikistán: mejora de la competitividad internacional del sector de los textiles y el vestido (GTEX)
Mundial y multirregional	Mapa de Potencial de Exportación	
	Iniciativa del cinturón y ruta de la seda de China	
	Fortalecimiento de los servicios de mediación comercial para las pequeñas empresas exportadoras	
	Alianza para el Crecimiento y la Inversión en África (PIGA)	
	Programa del ITC sobre medidas no arancelarias (MNA) - 2017-2021	
	Fondo Fiduciario de los Países Bajos (NTF IV): Uganda (TI - servicios de TI), Senegal (TI - servicios de TI), Myanmar (turismo), Unión del Río Mano/Sierra Leona (cacao y cultivos asociados)	
	Alianza entre la UE y entre los países de la ACP para el desarrollo del sector privado*	
	SheTrades (Mujeres y Comercio, fase III)*	
	Demostrar el impacto para las OPCI: hacia una norma mundial	
	SheTrades Connect	
	Global Trade Helpdesk	
	Programa de SheTrades para el Commonwealth	
	Proyecto cultural: iniciativa de desarrollo de la identidad e intercambio empresarial	
	Normas de origen: base de datos exhaustiva y aplicación web*	
	Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 pays moins avancés	
	Fortalecimiento de la competitividad mediante la resiliencia climática en las cadenas de valor internacionales	
Desarrollo de Procurement Map		
Mecanismo sistemático y de emergencia para un comercio más seguro (SEMST)		

* Financiado por el fondo de desarrollo empresarial

APÉNDICE V

PERFIL DEL PERSONAL DEL ITC

PAÍS	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	%
PAÍSES EN DESARROLLO Y EN TRANSICIÓN				
Argelia		1	1	
Argentina	1	4	5	
Armenia	2	1	3	
Belarús		1	1	
Bolivia	1	2	3	
Brasil	6		6	
China		3	3	
Colombia	1	1	2	
Côte d'Ivoire		2	2	
Croacia	3		3	
Ecuador		2	2	
Egipto	1		1	
Estado de Palestina	1		1	
Federación de Rusia	4		4	
Filipinas	1		1	
Ghana	1	1	2	
Guatemala	1		1	
India	3	7	10	
Indonesia	1		1	
Irán		1	1	
Jamaica	1		1	
Kazajstán	1		1	
Kenya	3		3	
Madagascar	1		1	
Malasia	2		2	
Marruecos	1	2	3	
Mauricio	3	3	6	
México	1	4	5	
Mongolia	1		1	
Namibia	1		1	
Pakistán		3	3	
Panamá	1		1	
Perú	1	1	2	
República Árabe Siria	1	2	3	
República Dominicana		1	1	
Rumanía	4	1	5	
Serbia		1	1	
Sri Lanka	2		2	
Sudáfrica	1	2	3	
Tailandia	1		1	
Túnez		3	3	
Turquía	1		1	
Uzbekistán	2		2	
Venezuela		1	1	
Viet Nam	1	1	2	
Zimbabwe	1	2	3	
Total países en des. y en transición	58	53	111	37,1 %

PAÍS	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	%
PAÍSES MENOS ADELANTADOS				
Afganistán		1	1	
Benin		2	2	
Burkina Faso	1		1	
Camerún		1	1	
Comoras		1	1	
Etiopía	1	2	3	
Guinea	1	1	2	
Nepal		1	1	
República del Congo	1		1	
República Democrática del Congo		1	1	
Senegal	1		1	
Uganda	1	1	2	
Zambia	2		2	
Total de países menos adelantados	8	11	19	6,4 %

OTROS PAÍSES

Alemania	12	1	13	
Australia		4	4	
Barbados		1	1	
Bélgica	1	2	3	
Canadá	4	5	9	
Dinamarca		1	1	
España	5	2	7	
Estados Unidos de América	5	5	10	
Finlandia	1		1	
Francia	28	27	55	
Irlanda	2	1	3	
Italia	10	7	17	
Japón	3		3	
Malta		1	1	
Noruega		1	1	
Nueva Zelanda	2	2	4	
Países Bajos	1		1	
Polonia	1	2	3	
Portugal	1		1	
Reino Unido	10	6	16	
República Checa	1		1	
República de Corea		1	1	
Suecia	1		1	
Suiza	7	5	12	
Total otros países	95	74	169	56,5 %

TOTAL DEL ITC **161** **138** **299** **100 %**

APÉNDICE VI

DISTRIBUCIÓN DE MISIONES, POR NACIONALIDAD Y GÉNERO DE LOS EXPERTOS, 2017

DE	TOTAL		MUJERES		HOMBRES	
	NÚMERO DE EXPERTOS	DÍAS DE TRABAJO	NÚMERO DE EXPERTOS	DÍAS DE TRABAJO	NÚMERO DE EXPERTOS	DÍAS DE TRABAJO
PAÍSES EN DESARROLLO Y EN TRANSICIÓN						
ÁFRICA						
Benin	3	112			3	112
Burkina Faso	2	167	1	123	1	44
Camerún	1	20			1	20
Chad (EI)	1	20			1	20
Côte d'Ivoire	1	71			1	71
Djibouti	1	30			1	30
Etiopía	8	539	2	211	6	328
Gambia	9	492			9	492
Ghana	3	145			3	145
Guinea-Bissau	1	20			1	20
Guinea	1	160			1	160
Kenya	22	1 033	17	912	5	121
Madagascar	3	262	3	262		
Malí	1	100			1	100
Mauricio	1	95	1	95		
Mozambique	3	235	1	29	2	206
Nigeria	1	29			1	29
República Unida de Tanzania	8	368	2	109	6	259
Rwanda	6	229	2	76	4	153
Senegal	8	795	2	289	6	506
Sudáfrica	7	359	5	279	2	80
Sudán	1	120	1	120		
Togo	1	20			1	20
Uganda	11	333	6	155	5	178
Zambia	4	287	2	249	2	38
Zimbabwe	4	70	2	18	2	52
ÁFRICA TOTAL	112 (17,3 % del total)	6 111	47	2 927	65	3 184

DE	TOTAL		MUJERES		HOMBRES	
	NÚMERO DE EXPERTOS	DÍAS DE TRABAJO	NÚMERO DE EXPERTOS	DÍAS DE TRABAJO	NÚMERO DE EXPERTOS	DÍAS DE TRABAJO
AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE						
Argentina	9	824	4	336	5	488
Bolivia	1	9			1	9
Brasil	3	372	3	372		
Chile	1	108			1	108
Colombia	3	370	2	219	1	151
Costa Rica	1	120			1	120
Ecuador	4	44	2	24	2	20
Guatemala	1	15	1	15		
Guyana	1	120			1	120
Haití	2	65	2	65		
Jamaica	2	174	2	174		
México	1	50	1	50		
Perú	5	300	4	280	1	20
República Dominicana	1	54			1	54
San Vicente y las Granadinas	2	45			2	45
Santa Lucía	2	30			2	30
TOTAL AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE	39 <small>(6 % del total)</small>	2 700	21	1 535	18	1 165
ASIA Y EL PACÍFICO						
Afganistán	7	566	2	80	5	486
Bangladesh	6	254	1	56	5	198
Camboya	1	20			1	20
China	7	256	6	253	1	3
Fiji	5	128	4	85	1	43
Filipinas	5	293	3	264	2	29
India	33	1 405	7	256	26	1 149
Indonesia	3	373	2	198	1	175
Malasia	1	6			1	6
Myanmar	2	239	1	135	1	104
Nepal	8	506	2	84	6	422
Pakistán	7	404	1	60	6	344
Papua Nueva Guinea	4	424	4	424		
República Democrática Popular Lao	1	108			1	108
Singapur	1	12			1	12
Sri Lanka	18	1 038	7	593	11	445
Tailandia	1	55	1	55		
Taipei Chino	1	220	1	220		
Vanuatu	1	132	1	132		
Viet Nam	5	386	2	66	3	320
TOTAL ASIA Y EL PACÍFICO	117 <small>(18,1 % del total)</small>	6 825	45	2 961	72	3 864

DE	TOTAL		MUJERES		HOMBRES	
	NÚMERO DE EXPERTOS	DÍAS DE TRABAJO	NÚMERO DE EXPERTOS	DÍAS DE TRABAJO	NÚMERO DE EXPERTOS	DÍAS DE TRABAJO
EUROPA Y LA COMUNIDAD DE ESTADOS INDEPENDIENTES (CEI)						
Armenia	1	120	1	120		
Azerbaiyán	1	120			1	120
Belarús	1	120			1	120
Bosnia y Herzegovina	1	172			1	172
Ex República Yugoslava de Macedonia	2	14	1	2	1	12
Federación de Rusia	8	912	7	892	1	20
Georgia	1	120			1	120
Kirguistán	2	207	2	207		
República de Moldova	1	120			1	120
Rumanía	1	59	1	59		
Serbia	2	46			2	46
Tayikistán	7	515			7	515
Ucrania	11	815	5	504	6	311
TOTAL EUROPA Y LA CEI	40 (6,2% del total)	3 367	17	1 784	23	1 583
REGIÓN ÁRABE						
Arabia Saudita	1	50			1	50
Argelia	3	277	1	35	2	242
Egipto	4	165	2	55	2	110
Estado de Palestina	1	12	1	12		
Jordania	10	170	2	38	8	132
Libia	1	30	1	30		
Marruecos	22	863	5	349	17	514
República Árabe Siria	6	145	3	75	3	70
Túnez	18	569			18	569
TOTAL REGIÓN ÁRABE	66 (10,2 % del total)	2 281	15	594	51	1 687
TOTAL PAÍSES EN DESARROLLO Y EN TRANSICIÓN	374 (57,7 % del total)	21 284	145	9 801	229	11 483

DE	TOTAL		MUJERES		HOMBRES	
	NÚMERO DE EXPERTOS	DÍAS DE TRABAJO	NÚMERO DE EXPERTOS	DÍAS DE TRABAJO	NÚMERO DE EXPERTOS	DÍAS DE TRABAJO
PAÍSES DESARROLLADOS						
Alemania	24	2 036	13	1 427	11	609
Australia	13	1 018	9	678	4	340
Austria	1	38	1	38		
Bélgica	4	327	3	269	1	58
Bulgaria	3	151	2	123	1	28
Canadá	12	555	6	215	6	340
Croacia	1	68	1	68		
Dinamarca	3	550	1	52	2	498
Eslovenia	1	100			1	100
España	8	774	6	601	2	173
Estados Unidos de América	36	1 446	18	677	18	769
Finlandia	2	36			2	36
Francia	63	3 564	25	790	38	2 774
Grecia	1	60	1	60		
Hungría	3	81			3	81
Irlanda	1	5	1	5		
Islandia	1	21			1	21
Israel	1	10	1	10		
Italia	18	829	9	299	9	530
Japón	3	345	3	345		
Nueva Zelanda	3	224	2	130	1	94
Países Bajos	20	1 225	6	571	14	654
Polonia	2	113	2	113		
Portugal	1	25			1	25
Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte	21	766	6	170	15	596
República Checa	2	456	2	456		
República de Corea	1	15	1	15		
Suecia	2	280	1	220	1	60
Suiza	23	1 327	8	705	15	622
TOTAL PAÍSES DESARROLLADOS	274 <small>(42,3 % del total)</small>	16 445	128	8 037	146	8 408
TOTAL TODAS LAS REGIONES	648	37 729	273	17 838	375	19 891

APÉNDICE VII

LISTA DE CONTRIBUCIONES VOLUNTARIAS AL FONDO FIDUCIARIO DEL ITC

FINANCIADORES	2016 (000 \$)			2017 (000 \$)		
	VENTANILLA 1	VENTANILLA 2	TOTAL	VENTANILLA 1	VENTANILLA 2	TOTAL
Países y asociaciones regionales	10 776	34 232	45 008	8 930	38 994	47 923
Alemania	2 169	699	2 868	2 049	2 212	4 261
Argentina	-	-	-	-	20	20
Australia	-	1 147	1 147	-	307	307
Cámara de compensación del COMESA	-	254	254	-	122	122
Canadá	730	757	1 487	723	-	723
China	100	400	500	100	400	500
Dinamarca	-	-	-	-	43	43
Expertise France	-	-	-	-	463	463
FEFAC	-	-	-	-	6	6
Finlandia	3 370	245	3 615	-	136	136
Fondo Africano de Garantía (FAG)	-	-	-	-	445	445
Hungría	-	-	-	-	180	180
India	50	-	50	50	-	50
Indonesia	-	-	-	-	30	30
Irlanda	877	-	877	910	-	910
Italia	-	139	139	-	-	-
Japón	-	49	49	-	927	927
Kuwait*	-	-	-	145	-	145
Madagascar	-	67	67	-	-	-
Malí	-	-	-	-	62	62
Noruega	-	-	-	1 093	-	1 093
Omán	-	27	27	-	-	-
Organisation Internationale de la Francophonie	-	-	-	-	34	34
Países Bajos (los)	-	1 735	1 735	-	4 101	4 101
Physikalisch-Technische Bundesanstalt (PTB)	-	-	-	-	13	13
PromPerú	-	-	-	-	20	20
Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte	-	10 066	10 066	-	4 653	4 653
República de Corea (la)	-	306	306	-	658	658
San Vicente y las Granadinas	-	43	43	-	-	-
Sudáfrica	-	-	-	-	60	60
Suecia	3 479	-	3 479	3 859	838	4 698
Suiza/Marco Integrado Mejorado (MIM)	-	167	167	-	200	200
Suiza	-	2 231	2 231	-	2 543	2 543
UEMOA	-	-	-	-	276	276
Unión Europea	-	15 503	15 503	-	19 484	19 484
USAID	-	254	254	-	760	760
Zambia	-	145	145	-	-	-

*La cantidad correspondiente a Kuwait para 2017 representa una transferencia de un saldo de la Ventanilla II a la Ventanilla I

FINANCIADORES	2016 (000 \$)			2017 (000 \$)		
	VENTANILLA 1	VENTANILLA 2	TOTAL	VENTANILLA 1	VENTANILLA 2	TOTAL
Asociaciones, bancos, empresas, organizaciones no gubernamentales	-	2 636	2 636	-	2 388	2 388
Agencia de Promoción del Comercio y las Exportaciones (TEPA) de Santa Lucía	-	200	200	-	82	82
Banco de Desarrollo de Qatar	-	-	-	-	81	81
Banco de Desarrollo del Caribe	-	60	60	-	129	129
Banco Islámico de Desarrollo	-	800	800	-	1 040	1 040
Centro Islámico para el Desarrollo del Comercio	-	25	25	-	40	40
Cooperación para el Desarrollo y la Inversión de Barbados	-	54	54	-	82	82
Corporación Islámica Internacional para la Financiación del Comercio - ITFC	-	15	15	-	15	15
Costa Rica CINDE	-	-	-	-	8	8
DHL	-	85	85	-	70	70
Fundación Mo Ibrahim	-	114	114	-	114	114
Iniciativa para una Agricultura Sostenible (IAS)	-	22	22	-	114	114
Instituto Universitario Nacional de Estudios de Políticas (GRIPS)	-	112	112	-	113	113
ITHRAA Omán	-	-	-	-	31	31
La Corporación de Promoción de Exportaciones e Inversiones (CORPEI) del Ecuador	-	87	87	-	-	-
McDonalds Corporation	-	-	-	-	25	25
PepsiCo	-	540	540	-	100	100
ProCórdoba Argentina	-	-	-	-	20	20
Stichting, Iniciativa de Desarrollo Sostenible de IHD	-	85	85	-	-	-
Swisscontact	-	-	-	-	170	170
TradeMark East Africa	-	350	350	-	150	150
Western NIS Enterprise Fund (WNISEF)	-	87	87	-	5	5
Acuerdos interinstitucionales y fondos rotatorios	58	3 457	3 515	60	3 238	3 298
Banco Mundial	-	848	848	-	848	848
Fondo de la iniciativa Una ONU	-	156	156	-	-	-
Fondos rotatorios	-	698	698	-	484	484
Fundación para el Pacto Mundial	58	-	58	60	-	60
Marco Integrado Mejorado (MIM)	-	1 012	1 012	-	1 059	1 059
OIT	-	183	183	-	131	131
OMC-STDF	-	-	-	-	462	462
ONUDI	-	88	88	-	-	-
Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)	-	-	-	-	228	228
PNUD	-	-	-	-	27	27
PNUMA	-	105	105	-	-	-
UNCTAD	-	368	368	-	-	-
TOTAL	10 834	40 325	51 159	8 990	44 619	53 609

Las denominaciones empleadas en esta publicación y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican, de parte del Centro de Comercio Internacional, juicio alguno sobre la condición jurídica de países, territorios, ciudades o zonas, o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras o límites.

Junio de 2018
Original: inglés

© International Trade Centre 2018©

ITC/AG(L)/270

Impreso por los Servicios de Reprografía del ITC de conformidad con el FSC, es decir, se han utilizado papel inocuo para el medio ambiente (sin cloro) y tintas de base vegetal. Los materiales utilizados en la versión impresa son reciclables.

