

Informe Anual 2018





El Centro de Comercio Internacional es el único organismo internacional dedicado plenamente al desarrollo de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes). 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	13
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
Estructura y gobernanza institucional	68
Evaluación y desempeño	70
Panorama general de la situación financiera	72
Gestión de recursos humanos	75
El laboratorio de innovación del ITC	78
Comunicación y difusión	81
Eventos del ITC	83
Asociaciones para un comercio de calidad	85
APÉNDICES	91
APÉNDICE I: Áreas de interés y programas del ITC	92
APÉNDICE II: Cooperación técnica del ITC, por región y área de interés	95
APÉNDICE III: Proyectos y programas nacionales y regionales del ITC, por país	102
APÉNDICE IV: Evaluación de las necesidades y diseño de proyectos del ITC en 2018, por región	110
APÉNDICE V: Perfil del personal del ITC	113
APÉNDICE VI: Distribución de misiones, por nacionalidad y género de los expertos, 2018	114
APÉNDICE VII: Lista de contribuciones voluntarias al Fondo Fiduciario del ITC	118

Estudios de caso

FACILITACIÓN DE INTELIGENCIA COMERCIAL Y DE MERCADO



20

Mapa de Potencial de Exportación: lograr que la promoción del comercio sea más eficaz



22

El mecanismo de alerta sobre obstáculos al comercio ayuda a los comerciantes de África Occidental a ahorrar tiempo y dinero



24

Rules of Origin Facilitator: facilitar a las mipymes el uso de los acuerdos de comercio

CREACIÓN DE UN ENTORNO PROPICIO A LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL

30

Reforzar el entorno empresarial para el desarrollo impulsado por el comercio en Sri Lanka



32

Propiciar reformas y la transparencia comercial en Malí



FORTALECIMIENTO DE LAS INSTITUCIONES DE APOYO AL COMERCIO Y LA INVERSIÓN



36

Ayudar a las agencias de promoción de las exportaciones africanas a mejorar los servicios para las mipymes



38

Mejorar el apoyo a los exportadores mongoles

CONEXIÓN CON LAS CADENAS DE VALOR INTERNACIONALES

42

Atraer a los fondos extranjeros de capital riesgo al sector tecnológico de Uganda



44

Alianzas para la acción: Catalizar la inversión en el sector cocotero del Caribe



46

Conectar a las empresas afganas con las cadenas de valor internacionales



PROMOCIÓN E INTEGRACIÓN DE UN COMERCIO INCLUSIVO Y ECOLÓGICO



53

Financiar el emprendimiento y la creación de empleo en Gambia



56

Aprovechar la tecnología y el comercio para crear puestos de trabajo para los refugiados y las comunidades de acogida en Kenya



58

SheTrades Invest: catalizar la financiación para impulsar el crecimiento de las empresas pertenecientes a mujeres

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

62

Reducir los riesgos de la diversificación de los cultivos de exportación de alto valor para los agricultores de Rwanda



64

Incursión de mipymes de países en desarrollo en el mercado chino



Prefacio

El año 2018 fue complicado para la economía mundial abierta y, en términos más generales, para la cooperación multilateral basada en normas.

Las amenazas y la retórica proteccionistas dieron paso a la acción unilateral a un nivel tal que afectó a la actividad comercial transfronteriza. El comercio siguió siendo un chivo expiatorio recurrente para los populistas, que exacerbaron las tensiones geopolíticas y disminuyeron las perspectivas de cooperación económica internacional.

Pero, agudizando la vista, pudieron percibirse varios logros positivos. Muchos países siguieron adelante con la integración comercial regional y bilateral, destacando el Acuerdo por el que se Establece la Zona de Libre Comercio Continental Africana por ser tal vez el que posee mayor trascendencia potencial. El empoderamiento económico de las mujeres y el emprendimiento juvenil nunca han ocupado un lugar tan destacado en la agenda política internacional. Los flujos de datos transfronterizos siguieron creciendo; si bien la revolución digital plantea retos políticos relacionados con la competencia leal y la creación de empleo, también ha creado nuevas formas de conexión que permiten a las empresas conectar con mercados internacionales al margen de dónde estén o de cuál sea su tamaño.

Quedan algo más de 10 años para 2030, y nuestras perspectivas en cuanto al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) dependerán de que revirtamos las tendencias negativas y nos basemos en las positivas. Dada la ausencia de una cooperación internacional más eficaz, tendremos menos herramientas para hacer frente a la próxima recesión económica, y los esfuerzos por hacer frente al cambio climático se verán comprometidos desde el principio. Será imposible poner fin a la pobreza extrema a menos que se empodere a los países marginados, las comunidades y las pequeñas empresas para que conecten con la vida económica.

El Centro de Comercio Internacional (ITC) trabajó en ambos frentes en 2018. Nuestra diplomacia pública siguió defendiendo la cooperación internacional de suma positiva, argumentando que la interdependencia se traduce en que los únicos resultados para los países son que "todos ganan" o "todos pierden". Nuestro trabajo sobre el terreno para conectar a las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) con los mercados internacionales aportó pruebas concretas de la contribución del comercio de calidad al desarrollo sostenible e inclusivo. Las herramientas y el apoyo del ITC ayudaron a las personas y a las empresas a utilizar el comercio para crear puestos de trabajo y aumentar los ingresos, especialmente para las mujeres y los jóvenes, incluso en algunos de los contextos de mercado más complejos del mundo.

Pese a que no corren buenos vientos para el comercio, estamos convencidos de que el planteamiento del ITC —preparar a las empresas para que aprovechen en la práctica todas las oportunidades de mercado a las que puedan acceder en la teoría— cobra especial relevancia en un contexto en el que algunos países están erigiendo barreras comerciales, incluso mientras otros las derriban. Nuestro foco en las mipymes, que dan empleo a la inmensa mayoría de la gente, tiene más sentido que nunca en un momento en que el crecimiento equitativo se ha convertido en una cuestión política candente tanto en los países en desarrollo como en los países desarrollados. Nuestro continuo interés por empoderar a las mujeres en la economía mundial no responde tan solo a un imperativo moral con implicaciones transformadoras para las perspectivas de futuro de los hogares: es una necesidad práctica para que los países aprovechen su pleno potencial de desarrollo.

En 2018, el ITC trabajó con gobiernos desde África Occidental hasta Sri Lanka con el fin de mejorar el panorama empresarial general para que las mipymes puedan desempeñar su actividad comercial. Perfeccionamos nuestras herramientas de inteligencia de mercado y lanzamos otras nuevas para ayudar a los gobiernos a orientar mejor la ayuda para el comercio y a empoderar a las empresas para que aprovechen los acuerdos comerciales bilaterales y regionales. Apoyamos las iniciativas de los gobiernos para comprender mejor, y abordar, las limitaciones a las que han de hacer frente las mujeres empresarias en la economía mundial, basándonos en la Declaración de Buenos Aires sobre las Mujeres y el Comercio. Y empoderamos a los empresarios y a las empresas para que conecten con mercados internacionales situados en lugares tan improbables como el Afganistán rural y los campos de refugiados de Kenya.

El mandato del ITC es hacer que el comercio se convierta en realidad. En este informe explicamos cómo lo hicimos en 2018. Logramos un récord de 64 millones de dólares de los Estados Unidos en gastos extrapresupuestarios destinados a la asistencia técnica, al desarrollo de capacidades y a un análisis innovador, un 38 % más que en 2017 y prácticamente un 15 % más que el récord anterior, lo que da fe de la gran demanda de los servicios del ITC. Pese a las restricciones del panorama financiero para la cooperación para el desarrollo internacional, el ITC cerró acuerdos de financiación por valor de 165 millones de dólares de los Estados Unidos con un amplio abanico de asociados, un síntoma de la fe y la confianza que han depositado en nosotros para obtener rentabilidad en la consecución de nuestros objetivos compartidos. Internamente, invertimos en la racionalización de nuestros procesos de gestión, mejorando las competencias de nuestra plantilla,



1. La Directora Ejecutiva del ITC visita una granja hortícola en Lesotho 2. Establecimiento de contactos y sesiones informales SheTrades Global 2018, Liverpool 3. Lanzamiento de SheTrades Zambia 4. Evento del sector privado en una conferencia sobre el Afganistán, Naciones Unidas (Ginebra)

fomentando la diversidad e impulsando nuestra capacidad para crecer en cuanto a resultados e impacto.

En este informe se ofrecen los resultados clave de cada uno de los 15 programas en torno a los que el ITC articula sus intervenciones. Una docena de estudios de caso de las seis áreas de interés de nuestro trabajo ilustran algunas de las vías a través de las que nuestra organización está teniendo un impacto sobre el terreno, desde ayudar a Sri Lanka a cumplir sus ambiciosos objetivos comerciales hasta atraer capital riesgo del Japón a empresas tecnológicas de nueva creación ugandesas. Estos casos ilustran cómo estos proyectos a gran escala han tenido un efecto multiplicador del impacto del ITC, permitiéndonos abordar simultáneamente múltiples limitaciones que afectan a los futuros comerciantes. «ITC innova» recoge tres casos que describen iniciativas nuevas y prometedoras, como SheTrades Invest, concebida para catalizar la inversión hacia empresas pertenecientes a mujeres de países en desarrollo.

Un tema recurrente de este informe es el uso de mecanismos en línea, ya sea para que las mipymes informen de obstáculos al comercio a las autoridades competentes, para acceder a información y documentación relacionadas con los trámites

transfronterizos, o para conectar con compradores potenciales de cualquier otro lugar del mundo. Otro es la importancia, cada vez mayor, de las relaciones Sur-Sur: la ayuda a las empresas de los países menos adelantados a vender en mercados florecientes como los de China y la India representa un segmento cada vez mayor de la cartera del ITC.

De cara a los próximos años, nuestra organización seguirá centrando su labor en los países y las comunidades situados en la base de la pirámide, que es donde alcanzaremos los ODS o nos quedaremos cortos. Estamos impacientes por trabajar con usted para seguir facilitando el 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.
- Asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos y aplicar prácticas agrícolas resilientes al clima.

OBJETIVO 4

- Asegurar que los jóvenes y los adultos tengan las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para el trabajo decente y el emprendimiento.

OBJETIVO 5

- Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres en la vida económica, con igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisivos.
- Mejorar el uso de la tecnología instrumental para promover el empoderamiento de las mujeres.

OBJETIVO 8

- Lograr niveles más elevados de productividad económica mediante la diversificación, la modernización tecnológica y la innovación.
- Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes y el emprendimiento.
- Lograr el pleno empleo productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes.
- Reducir considerablemente la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación.
- Poner en práctica políticas encaminadas a promover un turismo sostenible que cree puestos de trabajo y promueva la cultura y los productos locales.
- Fortalecer la capacidad de las instituciones financieras para fomentar y ampliar el acceso a los servicios financieros para todos.
- Aumentar el apoyo a la iniciativa de ayuda para el comercio en los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados (PMA).

OBJETIVO 9

- Mejorar el acceso de las pequeñas empresas a los servicios financieros y aumentar su integración en las cadenas de valor y los mercados.
- Apoyar el desarrollo de tecnologías, la investigación y la innovación nacionales en los países en desarrollo.

OBJETIVO 10

- Lograr y mantener el crecimiento de los ingresos del 40 % más pobre de la población.
- Promover la inclusión social, económica y política y el empoderamiento de todas las personas.
- Aplicar el principio del trato especial y diferenciado para los países en desarrollo, en particular los PMA.

OBJETIVO 12

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

OBJETIVO 16

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

OBJETIVO 17

- Promover un sistema de comercio multilateral universal, basado en normas, abierto, no discriminatorio y equitativo.
- Aumentar las exportaciones de los países en desarrollo, en particular con miras a duplicar la participación de los PMA en las exportaciones mundiales.
- 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 ralentiza en 2018

El comercio mundial registró un crecimiento del 3,5 %, un descenso frente al 5,4 % registrado en 2017 que refleja los malos vientos, cada vez más acusados, que corren para crecimiento mundial y el panorama comercial.

Se calcula que las exportaciones mundiales de mercancías se incrementaron en un 3,2 % en 2018, frente al 5,0 % de 2017. Las economías desarrolladas experimentaron un crecimiento del 2,2 % de las exportaciones y sus importaciones se incrementaron en un 2,6 %. En las economías en desarrollo, las cifras registradas fueron del 4,4 % y el 4,1 % respectivamente.

El comercio mundial de servicios creció en un 7,7 % en 2018, prácticamente 2,5 veces más rápido que el comercio mundial de mercancías. El crecimiento del comercio transfronterizo de servicios estuvo impulsado por una ampliación del 10 % de los servicios relacionados con las mercancías, como el mantenimiento de los motores de avión.

El producto interno bruto (PIB) mundial creció en un 3,6 %, tan solo ligeramente por encima del comercio mundial. Esto supone la continuidad de una tendencia registrada desde la crisis financiera de 2008–2009 que ha llevado a un crecimiento del comercio prácticamente similar al de la producción económica global, después de décadas en las que el comercio superaba con creces al crecimiento de la producción.

El contexto político del comercio mundial en 2018 estuvo marcado por el cambio de la retórica proteccionista a la acción unilateral. Los Estados Unidos aplicaron aranceles a varios de sus principales socios comerciales, con las consiguientes represalias en importantes cuotas de su respectivo comercio bilateral.

Entretanto, la inminente salida del Reino Unido de la Unión Europea (UE) acarreará una reversión de décadas de integración en el mercado único de la UE. El *brexit* repercutirá en los lazos comerciales del Reino Unido con los países en desarrollo, que, en muchos casos, se sustentaban en acuerdos comerciales de dichos países con la UE.

Por otra parte, las continuas conversaciones bilaterales entre Washington y Beijing y Bruselas alentaron la esperanza de que se va a revisar e incluso a invertir el alcance de las medidas de restricción comercial. El Acuerdo Estados Unidos-México-Canadá, suscrito por las partes en octubre, se propone reemplazar al Tratado de Libre Comercio de América del Norte de 1994.

Son muchos los gobiernos que han seguido adelante con acuerdos comerciales bilaterales y comerciales, entre los que destaca el Tratado Integral y Progresista de Asociación Transpacífico, que entró en vigor a finales de diciembre con un capítulo sobre el comercio digital y otro concebido para ayudar a las microempresas y las pequeñas y medianas empresas a aprovechar las oportunidades comerciales resultantes de los 11 mercados de la cuenca del Pacífico. Se avanzó hacia la entrada en vigor de un nuevo acuerdo comercial entre la UE y el Japón, con la firma oficial en julio y la ratificación por ambas partes a finales de año. Las negociaciones sobre una Asociación Económica Integral Regional en las que participan muchas de las principales economías de Asia —China, la India, el Japón y Australia, así como la Asociación de Naciones de Asia Sudoriental— siguen su curso.

En el plano multilateral, la Organización Mundial del Comercio (OMC) siguió pugnando ante la posibilidad de que su sistema de solución de diferencias, concretamente su Órgano de Apelación, se vea perjudicado por el bloqueo que imposibilita la sustitución de sus miembros salientes. Los desacuerdos en torno a la capacidad de la OMC de proteger los derechos de propiedad intelectual, y la función de las subvenciones, son algunos de los retos que podrían llegar a un punto crítico en 2019. Sin embargo, los gobiernos trabajaron al mismo tiempo en el mandato de la reunión ministerial celebrada en Buenos Aires para frenar determinadas subvenciones a la pesca, debatir sobre los derechos sobre el comercio electrónico y fomentar el empoderamiento económico de las mujeres.



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

Panel izquierdo, figura 1: (eje izquierdo) Índice de los volúmenes de exportación mundiales de bienes y servicios donde 2 005=100. (eje derecho) Variación porcentual de los volúmenes de exportación interanuales. Fuente: Perspectivas de la economía mundial del FMI, abril de 2019.

Panel derecho: crecimiento trimestral desestacionalizado de los volúmenes de exportación de mercancías de las economías desarrolladas y en desarrollo. Fuente: Secretaría de la OMC.

Lograr que la revolución digital favorezca el crecimiento inclusivo

Los reacciones violentas contra la globalización y la tecnología no son nuevas. El mundo ha vivido varias revoluciones industriales y oleadas de integración económica internacional en los últimos siglos, así como reacciones violentas contra ellas. Lo que es esencialmente nuevo en nuestros días es el ritmo acelerado del cambio tecnológico sumado a los cambios en la inclinación de la balanza del poder político mundial. Las nuevas tecnologías tienen el potencial de conectar a un gran número de personas, mipymes y países hasta ahora marginados con la economía mundial. No obstante, también podrían acabar agudizando la desigualdad y la exclusión si la dinámica de que el vencedor arrastra con todo dirige la mayor parte de las ganancias de la economía digital a un reducido número de enormes empresas radicadas fundamentalmente en países desarrollados.

El emblemático informe anual de investigación del ITC, *Perspectivas de competitividad de las pymes 2018: ecosistemas empresariales para la era digital*, ahondaba en aspectos concretos de la transformación tecnológica. Analizaba cómo hacen negocios las empresas y cómo afectan las plataformas digitales al ecosistema empresarial, incluidos los proveedores de servicios tradicionales de apoyo a las empresas, como las organizaciones de promoción del comercio, las instituciones que imparten formación profesional y los órganos de garantía de calidad.

Las plataformas digitales están transformando la forma de hacer negocios de las empresas. Para las mipymes, estos cambios afectan a casi todos los aspectos de sus operaciones diarias, desde el acceso a la información y la financiación hasta los proveedores, los clientes y la logística. Si bien estas poderosas plataformas brindan grandes oportunidades comerciales a las mipymes para llegar a nuevos clientes, también plantean amenazas, como cambios arbitrarios en los resultados de las búsquedas de los consumidores o incluso competencia directa entre las propias empresas de la plataforma.

Perspectivas de competitividad de las pymes marca una agenda sobre el modo en que pueden actuar los distintos actores del ecosistema empresarial para ampliar el acceso a los beneficios de la digitalización y lograr que el comercio y el crecimiento sean más inclusivos. La alternativa a la canalización de la revolución tecnológica actual hacia una mayor inclusión económica es el riesgo de avivar la pérdida actual de la confianza ciudadana en las instituciones políticas y económicas.

El informe alienta a los actores del ecosistema empresarial que rodea a las mipymes a que hagan uso de los datos y la tecnología, instándoles a que estén abiertos a nuevas posibilidades de asociación e innovación, y a que midan los riesgos a la hora de difundir información, desarrollar competencias y definir y fomentar el cumplimiento con la nueva normativa.



Algunas recomendaciones clave que se recogen en el informe *Perspectivas de competitividad de las pymes 2018* son:

Facilitar el acceso a los macrodatos para las pequeñas empresas

Para las mipymes, el acceso a información relevante sobre el mercado es uno de los principales cuellos de botella para la conexión con las cadenas de valor internacionales. Las organizaciones de promoción del comercio y la inversión (OPCI) han proporcionado tradicionalmente esa información a los exportadores más pequeños como parte de sus servicios. El informe muestra que el apoyo personalizado a las empresas funciona: para un presupuesto constante, con un aumento del 10 % en el gasto en nuevos exportadores potenciales, se aumenta el número de exportadores por país de destino en un 4,6 %.

Los macrodatos, en principio, brindan a las mipymes infinitas oportunidades para obtener información de mercado. Sin embargo, existe incertidumbre acerca de si las grandes empresas que controlan la recopilación y el análisis de los datos de mercado estarán interesadas en adaptar la información que controlan para las mipymes. Las OPCIs pueden desempeñar una función clave en la utilización de las nuevas tecnologías y las plataformas de datos para ofrecer mejor información de mercado a sus clientes.

Desarrollar las competencias del futuro

La rapidez con la que cambian las competencias que exigen las empresas a los empleados ejerce una gran presión sobre los sistemas educativos y de formación de los países para que se adapten. Sin embargo, en muchos países esos sistemas son notoriamente inflexibles, lo cual puede suponer graves desafíos. El informe *Perspectivas de competitividad de las pymes 2018*

insta a las instituciones educativas y de formación a que se anticipen, actúen y se ajusten al cambio lo más rápidamente posible. Aunque la colaboración con los actores del sector privado no está exenta de riesgos —es posible que algunas de las empresas que cosechan mayores éxitos hoy ya no estén aquí mañana— no hay tiempo para diseñar soluciones perfectas. Se aconseja a los proveedores de educación profesional que identifiquen a los actores nacionales de mayor éxito en el ámbito de las nuevas tecnologías y que encuentren formas de involucrarlos en sus programas de formación y desarrollo curricular.

Fomentar la confianza en la economía digital

Para que los mercados funcionen bien, necesitan mecanismos de control de calidad y seguimiento. Desde el auge de la producción industrial en masa, los países han creado complejas instituciones —órganos de normalización y de certificación, centros de ensayos, y similares— para garantizar la seguridad de los productos y facilitar el comercio.

Muchos de los productos y procesos nuevos que emergen de la economía digital conllevan aspectos de calidad que no son percibidos inmediatamente por las mipymes o incluso por los consumidores. ¿Son auténticos o manipulados los comentarios de los clientes sobre las páginas web de hostelería? ¿Cuán seguras son las herramientas de banca electrónica? ¿Cuál es la probabilidad de que un coche que conduce solo se estrelle?

La normativa puede fomentar la innovación y la competencia con la creación de un entorno más seguro y predecible, y consolidando la confianza del consumidor. En estos tiempos de disrupción tecnológica, es difícil a la par que importante encontrar un equilibrio adecuado.



Una vez que se hayan definido las normas y los reglamentos relativos al ámbito digital, la transmisión de conocimientos sobre la certificación de la calidad y los procesos relacionados será clave para fomentar la certificación. Es posible que las mipymes, en especial en los países en desarrollo, no puedan asumir plenamente estos costos, y las entidades públicas o público-privadas tienen que cumplir su función. Es probable que el rendimiento de la inversión sea significativo en lo que respecta a la reducción de la vulneración de la seguridad y a la aceleración de la adopción de nuevas tecnologías.

Plan de acción para los órganos de garantía de calidad

En *Perspectivas de competitividad para las pymes 2018* se marca una agenda para la rápida adaptación de la infraestructura de calidad de los países a la era digital. Se les insta a seguir este plan de acción para generar confianza en la era digital actual:

- Facilitar la adopción de la tecnología, especialmente entre las mujeres, los jóvenes y las mipymes de zonas remotas
- Involucrar a los nuevos actores desde el principio
- Favorecer los enfoques internacionales en materia de normas
- Lograr un equilibrio entre la buena gestión y la innovación en un entorno en constante cambio
- Garantizar la privacidad, la seguridad y la interoperabilidad
- Construir y mantener la confianza en la tecnología a través de la garantía de calidad y la certificación



Intervenciones del ITC: hacer más y mejor



Consecución de objetivos del ITC en 2018

Las cifras que se incluyen a continuación ofrecen una instantánea de cómo el ITC cumplió su mandato de promover el comercio inclusivo en 2018. Muchos de los objetivos y los indicadores se basan en el marco estratégico 2018-2019 del ITC, que responde a los

ciclos bienales de planificación y presupuestos del sistema de las Naciones Unidas. Los objetivos anuales se basan en el Plan Operativo 2018 del ITC, que define los puntos de referencia del desempeño para el ejercicio.

Fortalecimiento de la integración del sector empresarial en la economía mundial



usuarios adicionales de inteligencia de mercado han ampliado sus conocimientos acerca del comercio internacional como resultado del apoyo del ITC (objetivo: 200 000)

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



casos de mejora del desempeño de las instituciones de apoyo al comercio y la inversión (objetivo: 200)

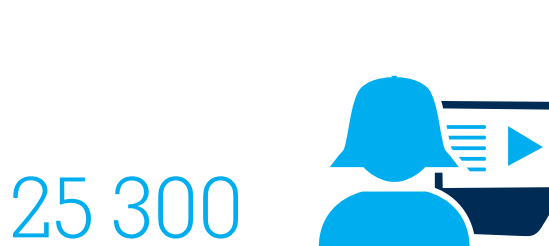


casos en los que el apoyo del ITC ayudó a modificar las políticas relacionadas con el comercio, las estrategias y los reglamentos en favor de la competitividad de las mipymes (objetivo: 50)

Mayor competitividad internacional de las empresas



empresas adicionales recibieron apoyo para la mejora de su competitividad internacional o para conocer a compradores con los que posteriormente realizarían transacciones empresariales (objetivo: 9 500)



participantes en cursos de capacitación del ITC (objetivo: 17 500)

Empoderamiento de las mujeres en la economía mundial



de las 18 500 empresas adicionales citadas arriba pertenecían a mujeres y estaban gestionadas y controladas por mujeres. (objetivo: 50 %)



Signatarios de la iniciativa SheTrades se comprometieron a conectar a 1,1 millón de 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 2018. La proyección se basa en tres componentes: opiniones de los usuarios sobre las herramientas de inteligencia de mercado del ITC;

oportunidades de negocio y tratos empresariales documentados; y exportaciones adicionales generadas gracias a las mejoras de la eficiencia operativa registradas por las instituciones de apoyo al comercio y la inversión (IACI) como resultado del apoyo del ITC.



\$1 100 millones

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



\$1 → \$17

El ITC convierte cada dólar de financiación extrapresupuestaria en el equivalente a \$17 en términos de transacciones internacionales de exportación e inversión

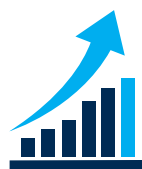
Indicadores clave del desempeño

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



\$100 millones

Actuaciones del ITC en todos los presupuestos



\$135 millones

en proyectos en tramitación que sientan las bases para el crecimiento futuro (objetivo: **\$180 millones**)



\$232 millones

fondos extrapresupuestarios garantizados para 2019 y en adelante (objetivo: **\$125 millones**)

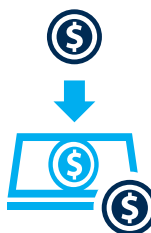


El **86 %** de la asistencia específica nacional se destinó a los países prioritarios (objetivo: **80 %**)



El **95 %** de los clientes

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



\$1 → \$32

Con cada dólar invertido en el Fondo de Desarrollo Empresarial del ITC se catalizaron \$32 de financiación extrapresupuestaria (2017: **\$22**)



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 las 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 su oferta y agregarle 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



\$308 millones en transacciones comerciales propiciadas por las herramientas de inteligencia comercial del ITC



Lanzamiento de nuevas herramientas en línea sobre normas de origen y precios del mercado agrícola



1 100 participantes en seminarios web públicos gratuitos y cursos de aprendizaje en línea de la Academia de Comercio para Pymes



Los datos del ITC sobre comercio fueron citados en más de **2 000** artículos en los medios de comunicación en **21** idiomas de todo el mundo



Las infografías y los vídeos temáticos relativos a los datos con el hashtag **#ITCdata** registraron una audiencia de más de **65 millones** en las redes sociales.

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 \$308 millones en 2018.

Los usuarios de las herramientas de inteligencia de mercado del ITC afirmaron que estas les habían ayudado a tomar decisiones relacionadas con la expansión en mercados internacionales con mayor seguridad, basándose en datos empíricos en lugar de en el boca a boca. En las evaluaciones recopiladas durante 2018, también manifestaron su agradecimiento por la precisión de las herramientas y las actualizaciones periódicas.

El ITC también lanzó nuevas herramientas concebidas para facilitar a las mipymes el uso de los acuerdos comerciales bilaterales, regionales o preferenciales, así como la comprensión de la dinámica de los precios de los productos agrícolas. La herramienta **Rules of Origin Facilitator** permite a los usuarios determinar si algún acuerdo comercial puede brindarles un acceso favorable a mercados objetivo, y, en tal caso, pueden acceder fácilmente a información sobre los requisitos de documentación necesarios para que sus productos reúnan los requisitos para acogerse a los derechos arancelarios más reducidos.

Con el fin de ampliar la información que ofrece a las mipymes el **Global Trade Helpdesk**, el ITC, la Organización Mundial del Comercio y las Naciones Unidas establecieron asociaciones con distintos organismos, entre ellos la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual y la Cámara de Comercio Internacional. El objetivo es ampliar el contenido de la plataforma con nuevos datos sobre marcas comerciales e indicaciones geográficas, así como su alcance por medio de redes empresariales.

En algunos países como el **Afganistán, Etiopía, Kazajstán, Kirguistán, la Arabia Saudita, Tayikistán, Turkmenistán y Uzbekistán**, el ITC impartió capacitación y certificó a



1



2

1. Capacitación sobre herramientas de inteligencia de mercado, Guinea 2. Capacitación sobre medidas no arancelarias, Omán

capacitadores para que enseñen a las IACI y las empresas locales a utilizar las herramientas del ITC para la realización de búsquedas sobre los mercados de exportación.

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



> 4 400 reglamentos relacionados con el comercio aplicados por los **países árabes** ya accesibles a través de Market Access Map



> 2 750 descargas de publicaciones relacionadas con MNA



79 % de usuarios más en el sistema de alerta ePing

Aspectos destacados

El ITC diseñó y pilotó un completo curso de capacitación dirigido a formuladores de políticas e IACI sobre la experiencia de las empresas con las MNA cuando intentan hacer negocios transfronterizos. El primer módulo, de dos días de duración, que consta de una introducción a las MNA y las herramientas de información, se impartió en cinco países, y los participantes

manifestaron haber aumentado su conocimiento sobre las medidas no arancelarias y los desafíos que plantean las normas de origen, las medidas sanitarias y fitosanitarias, los obstáculos técnicos al comercio y los procedimientos conexos. El contenido del curso se está perfeccionando sobre la base de las opiniones de los participantes, y se ampliará y se desplegará más ampliamente en 2019.

El ITC siguió trabajando con la **Organización Mundial del Comercio** y la **Organización Internacional de Normalización** para ayudar a las empresas y a los formuladores de políticas a comprender y vigilar los cambios en las MNA que podrían repercutir en el comercio de mercancías. Los usuarios del sistema conjunto de notificación del ITC, la OMC y las Naciones Unidas, **ePing**, que envía alertas cuando los gobiernos notifican a la OMC nuevas medidas de salud y seguridad o nuevos reglamentos técnicos, aumentaron en un 79 % en 2018.

Las publicaciones sobre MNA del ITC que documentan los obstáculos al comercio de procedimiento y reglamentarios que afectan a las mipymes, así como soluciones potenciales, siguen estando muy demandadas. Las nuevas publicaciones de 2018 versaron sobre las **Comoras**, el **Ecuador**, **Etiopía**, **Jordania**, **Kirguistán**, **Malí** y **Uganda**, y, con ellas, la serie llegó a las 39 publicaciones.

Las encuestas a empresas sobre MNA realizadas en **Omán** y el **Sudán** canalizaron las preocupaciones de las empresas hacia las autoridades públicas y los formuladores de políticas, al igual que los mecanismos de alerta sobre obstáculos al comercio (MAOC) que ya se han establecido, con el apoyo del ITC, en nueve países y bloques comerciales, entre ellos la **Unión Económica y Monetaria de África Occidental** (UEMAO, véase el estudio de caso). La información recabada con ambas herramientas sirve como base para la acción administrativa y también para el diálogo entre los sectores público y privado sobre las reformas políticas encaminadas a abordar asuntos específicos. También perfila el contenido de los documentos de políticas estratégicas respaldados por el ITC, como una estrategia de exportación en **Malí**.



1. Lanzamiento del portal Market Price Information Portal, Grupo Consultivo Mixto, Ginebra 2. Taller sobre comercio e integración comercial en los Estados Árabes, Marruecos

Una encuesta en el sector de la tecnología de la información y las comunicaciones de **Uganda** fue la primera en analizar los obstáculos reglamentarios y de procedimiento al comercio de servicios.

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.

Resultado principal



Información de mercado en tiempo real sobre **>300** productos disponible a través del portal Market Price Information Portal.

Libus: una escuela de negocios en línea para jóvenes libios

En el mes de noviembre, la Academia de Comercio para Pymes del ITC lanzó su iniciativa más reciente: una escuela de negocios libia en línea. Concebida especialmente para los jóvenes libios, Libus ofrece casi 50 horas de material de aprendizaje sobre emprendimiento y gestión empresarial.

La plataforma ya cuenta con más de 1 300 usuarios de todo el país. Jamal Mohammed, un joven arquitecto de la ciudad meridional de Sebha, es uno de los usuarios más prolíficos de Libus y define su experiencia tras haber finalizado los cinco módulos de aprendizaje de Libus como «transformadora». «Cuando volví a mi empresa lo miraba todo con otros ojos», afirmó. Aplicando las metodologías de Lean Start Up y Design Thinking metodologías explicadas en los cursos, Jamal

reestructuró los procesos internos de su despacho de arquitectura con vistas a una planificación y una gestión más efectivas de los proyectos. También actualizó la forma en que adapta las propuestas para los distintos clientes, y ahora está transmitiendo sus nuevos conocimientos a titulados que acuden a su despacho para formarse.

Jamal se muestra entusiasmado por la forma en que la plataforma Libus facilita el acceso a los conocimientos: el acceso al contenido en línea era posible incluso en zonas remotas y afectadas por conflictos, como su ciudad natal. Ha llegado a la conclusión de que el emprendimiento no es algo reservado a las personas pudientes y con buenos contactos, sino que está al alcance de personas de todos los sectores de la sociedad.





3. Capacitación sobre el Mecanismo de Alerta sobre Obstáculos al Comercio, Níger 4. Capacitación sobre estadísticas comerciales, Malawi

Aspectos destacados

El ITC lanzó **el portal Market Price Information Portal (MPI, mpi.intracen.org)**, una base de datos en línea que brinda acceso a precios actuales e históricos de más de 300 productos de los sectores de la agricultura, la silvicultura y la pesca, desde granos y legumbres hasta marisco, productos forestales y ganado. También ofrece noticias actualizadas y estudios sobre productos básicos agrícolas.

El portal MPI, que se basa en datos de Thomson Reuters y el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos, responde a la necesidad de un acceso asequible a información de mercado actualizada, en particular para las mipymes, los agricultores y las IACI de los países en desarrollo. Con información oportuna, estarán mejor preparados para anticipar los cambios en las tendencias del mercado y tomar decisiones empresariales con base empírica que impulsarán sus competitividad internacional.

En colaboración con la Organización Mundial del Comercio, el ITC lanzó a finales de 2017 el **Portal del Algodón**, una plataforma en línea de inteligencia de mercado relacionada con el algodón. Diseñado para que exportadores, importadores, inversores y organizaciones de apoyo al comercio puedan buscar información sobre oportunidades comerciales y requisitos de mercado aplicables a los productos del algodón, el portal brinda un punto de acceso único a la información disponible en las bases de datos de la OMC y el ITC sobre el acceso a los mercados, las estadísticas comerciales, los contactos empresariales específicos de cada país y la asistencia al desarrollo relacionada con el algodón.

En marzo, el ITC y la **Unión Económica y Monetaria de África Occidental (UEMOA, por sus siglas en francés)**, lanzaron ConnectUEMOA (www.connectuemoa.com), una plataforma web que combina un mercado virtual en el que las empresas pueden vender productos y servicios en línea con información sobre avances empresariales y eventos comerciales. El ITC capacitó a «orientadores» de toda la región para que trabajen con las instituciones asociadas y las pequeñas empresas nacionales con el fin de crear perfiles atractivos de las empresas y los productos.

Financiadores de 2018

Financiadores principales

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

Financiadores específicos del proyecto

Banco Mundial, China, Corea, Corporación Islámica Internacional para la Financiación del Comercio, Estados Unidos de América, Fundación Internacional y para Iberoamérica de Administración y Políticas, Hungría, Instituto Universitario Nacional de Estudios de Políticas, los Países Bajos, Organismo de Fomento de las Exportaciones de los Estados del Caribe, Organización para la Alimentación y la Agricultura, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo, Reino Unido, Suiza, TradeMalta, Unión Europea

ESTUDIO DE CASO

Mapa de Potencial de Exportación: lograr que la promoción del comercio sea más eficaz



El desafío

Para utilizar el comercio con el fin de generar un crecimiento económico sostenido e inclusivo, las economías tienen que hacerse con nichos competitivos en el mercado mundial. La identificación y el aprovechamiento de oportunidades de exportación lucrativas pasan por que las empresas posean información estratégica sobre mercados potenciales: tendencias de la demanda, aranceles y requisitos reglamentarios, y otras condiciones de acceso al mercado.

Un estudio de mercado es una tarea que exige un uso intensivo de los recursos. Concretamente en los países en desarrollo, los organismos públicos y las instituciones de apoyo al comercio y la inversión (IACI) carecen de recursos para realizar el trabajo analítico detallado que se necesita para identificar oportunidades de crecimiento de la exportación y diversificación. Esto, a su vez, les impide concentrar sus esfuerzos en sectores y mercados que es previsible que arrojen los mayores dividendos en términos de comercio y desarrollo. La efectividad de este apoyo es crítica para las mipymes, que carecen de los recursos de sus competidoras de mayor tamaño para realizar dichos análisis por sí mismas.

La respuesta

El ITC ha creado el Mapa de Potencial de Exportación con el fin de simplificar la tarea de identificar oportunidades de exportación prometedoras. Esta herramienta gratuita en línea ofrece análisis basados en datos empíricos relacionados con miles de productos y 226 mercados sobre la base de las capacidades de suministro de los países, la demanda mundial ajustada a las condiciones de

El Mapa del Potencial de Exportación ofrece análisis basados en datos empíricos relacionados con miles de productos y 226 mercados sobre la base de las capacidades de suministro de los países, la demanda mundial ajustada a las condiciones de acceso al mercado, y la fuerza relativa de las relaciones comerciales entre países.

acceso al mercado, y la fuerza relativa de las relaciones comerciales entre países.

La información facilitada por esta herramienta permite a los gobiernos y a las organizaciones que deseen apoyar el crecimiento de las exportaciones del sector privado centrar sus limitados recursos financieros y humanos en los sectores y mercados con más posibilidades de éxito.

Previa solicitud, el ITC también puede elaborar versiones nacionales adaptadas del Mapa de Potencial de Exportación, tal y como hizo para Malawi (<https://malawi.exportpotential.intracen.org/>) en 2018.

Los resultados

En 2018, utilizaron el Mapa de Potencial de Exportación prácticamente 28 000 usuarios de 190 países y territorios, encabezados por la India, el Perú y Turquía.

La Autoridad para el Desarrollo de las Exportaciones (EDA) de Egipto utilizó las herramientas de acceso al mercado del ITC —Mapa del Potencial de Exportación y Market Access Map— para identificar productos y mercados prioritarios en su «Plan de Multiplicación de las Exportaciones», una estrategia para alcanzar un 10 % de crecimiento anual de las exportaciones en cada uno de los próximos cinco años.

Tras la capacitación impartida por expertos del ITC, este organismo egipcio ha integrado el Mapa del Potencial de Exportación en sus servicios, utilizándolo para facilitar información específica de productos a los exportadores locales y para crear un portal (<http://expoegypt.gov.eg/>) que proporciona inteligencia de mercado a prácticamente 3 900 mipymes clientes sobre productos como cítricos, miel, queso, material de la construcción, prendas de vestir y productos químicos.

El Mapa del Potencial de Exportación también respalda los esfuerzos de promoción del comercio de otras IACI. El Consejo para la Promoción de las Exportaciones de Nigeria, que trabaja en la diversificación de la canasta de exportación del país con productos distintos del petróleo, alberga un portal comercial que utiliza datos de la



1. Mapa del Potencial de Exportación 2. Capacitación de funcionarios egipcios sobre el uso del Mapa del Potencial de Exportación, Ginebra
3. Analizando oportunidades potenciales de exportación de flores cortadas, Kenya

herramienta del ITC en videos informativos en los que se destaca el potencial sin explotar de mercados objetivo de productos clave como el jengibre, las judías secas, el anacardo, el cacao, el cuero y el sésamo. Miles de exportadores nigerianos han utilizado la plataforma desde su lanzamiento en julio de 2018.

Los funcionarios del organismo keniano para la inversión utilizan el Mapa del Potencial de Exportación para documentar argumentos de ventas dirigidos a inversores potenciales con análisis de base empírica sobre productos de exportación potenciales como los aguacates.

Product of Uganda es una empresa social que trabaja con la Cámara de Comercio de Uganda para las pymes ayudando a las empresas a obtener certificaciones de calidad así como acceso a estudios de mercado y capacitación que les ayuden a exportar con éxito productos como manteca de karité, té, frutas y hortalizas. Utiliza el Mapa del Potencial de Exportación como punto de partida para sus investigaciones destinadas a orientar a las mipymes hacia los productos más prometedores, para luego centrarse en la identificación y la superación de las restricciones que impiden la producción y las exportaciones.

El CBI, el centro del Gobierno de los Países Bajos para la promoción de las importaciones de los países en desarrollo, trabaja en sectores y cadenas de valor estratégicos de 35 países en desarrollo para promover las exportaciones a Europa. Combina la experiencia sectorial y los conocimientos locales con el análisis del potencial de exportación del ITC para identificar los productos más prometedores, y establecer prioridades entre ellos, con vistas a ofrecer orientación y apoyo en relación con la cadena de valor.

El futuro

Más allá de utilizar el Mapa del Potencial de Exportación para ayudar a las mipymes a buscar oportunidades de exportación prometedoras para sus mercancías, el ITC está estudiando el uso del análisis subyacente para calcular la creación de empleo que resultaría si los países aprovecharan plenamente su potencial de exportación.

En el trabajo relacionado, un proyecto piloto desarrollado con la Organización Internacional del Trabajo (OIT) identificaba los sectores con gran potencial de creación de empleo de Benin, Marruecos, Ghana, Guatemala, Jordania, Myanmar, Filipinas y Rwanda. La oficina regional de la OIT en Jordania está utilizando los resultados de este análisis para asesorar a las partes interesadas nacionales sobre posibilidades prometedoras de creación de oportunidades adicionales de empleo para los refugiados del país. El objetivo de este trabajo es aprovechar el potencial de exportación al mercado de la Unión Europea, utilizando un acuerdo sobre normas de origen entre la UE y Jordania que ofrece un acceso comercial especial a aquellas empresas cuya plantilla incluya un porcentaje significativo (el 15 % o más) de refugiados sirios.

El ITC y la OIT han iniciado un nuevo proyecto que utiliza datos del potencial de exportación para identificar sectores para el desarrollo de competencias en Etiopía y Tanzania; la idea es alinear los esfuerzos de mejora de las competencias con las oportunidades de mercado internacionales.

Además, el ITC está trabajando en la ampliación del análisis para identificar sectores de servicios con potencial de crecimiento de las exportaciones, así como en la identificación de las oportunidades más prometedoras de mejora a través de las cadenas de valor nacionales y regionales.



Financiadores

Alemania, Canadá, China, Dinamarca, Finlandia, India, Irlanda, los Países Bajos, Noruega, Suecia y Unión Europea

ESTUDIO DE CASO

El mecanismo de alerta sobre obstáculos al comercio ayuda a los comerciantes de África Occidental a ahorrar tiempo y dinero



El desafío

Un obstáculo clave a la exportación para las empresas de los países en desarrollo es el cumplimiento de las normas de salud y seguridad o los reglamentos técnicos de los productos de los mercados extranjeros potenciales. La obtención de la certificación que garantice a las autoridades de los países importadores que las mercancías comercializadas cumplen con los requisitos pertinentes supone otro desafío.

Las empresas encuestadas por el ITC en relación con las medidas no arancelarias informan habitualmente de que las medidas sanitarias y fitosanitarias y los obstáculos técnicos al comercio figuran entre los principales obstáculos al comercio con los que tienen que lidiar. A menudo, el cuello de botella del comercio no es el contenido de un reglamento concreto sino los procedimientos asociados a la demostración del cumplimiento. Estos obstáculos de procedimiento suelen ser de carácter doméstico, y pueden resolverse de forma unilateral dentro del país, siempre que las autoridades locales estén al tanto de ellos.

En África Occidental, donde los gobiernos están trabajando en la promoción del comercio entre los países vecinos y con el resto del mundo, las encuestas del ITC indican que el 75 % de las empresas encuentran obstáculos a la exportación o la importación debido a los reglamentos relacionados con el comercio o a los procedimientos de la región.

El 75 % de las empresas encuentran obstáculos a la exportación o la importación a causa de los reglamentos o los procedimientos relacionados con el comercio en África Occidental.

La solución

En el marco de su amplio apoyo a la integración del comercio intrarregional dentro de los ocho miembros de la Unión Económica y Monetaria de África Occidental (también conocida como UEMOA, por sus siglas en francés, y formada por Benin, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Guinea

El Mecanismo de Alerta sobre Obstáculos al Comercio es un servicio en línea que permite a aquellos exportadores e importadores que encuentran obstáculos a la hora de importar o exportar mercancías informar sobre ellos en tiempo real a las autoridades nacionales y regionales.

Bissau, Malí, el Níger, el Senegal y Togo), el ITC colaboró con los gobiernos y las autoridades regionales para crear un mecanismo regional de alerta sobre obstáculos al comercio.

Este último es un servicio en línea que permite a los exportadores e importadores que encuentren obstáculos a la hora de importar o exportar mercancías informar sobre ellos a tiempo real a las autoridades nacionales y regionales. Conjuntamente con la plataforma basada en internet, el ITC creó una red de estos organismos para conocer, abordar y, en la medida de lo posible, eliminar los obstáculos notificados por las empresas.

El sistema funciona por medio de centros de coordinación nacionales, que reciben los informes de los comerciantes, los remiten a los organismos pertinentes, y comparten información sobre la medida adoptada, preservando la confidencialidad empresarial. Además de informar de los obstáculos al comercio a las autoridades responsables, los usuarios pueden recibir correos electrónicos sobre problemas que afecten a otras empresas pertenecientes a sectores de interés. Para las empresas, las instituciones de apoyo al comercio y la inversión y los formuladores de políticas, los informes relacionados con los obstáculos representan una instantánea de los retos prácticos a los que se enfrentan los operadores de la región.

Los resultados

Desde el lanzamiento del Mecanismo de Alerta sobre Obstáculos al Comercio de UEMOA en marzo de 2018, las empresas han informado de más de 40 obstáculos por medio de la plataforma basada en la web.



1. Capacitación sobre el Mecanismo de Alerta sobre Obstáculos al Comercio, Guinea-Bissau 2. - 3. Capacitación sobre el Mecanismo de Alerta sobre Obstáculos al Comercio, Togo 4. Yaovi Timidiba y su equipo, Togo

Desde el lanzamiento del Mecanismo de Alerta sobre Obstáculos al Comercio de UEMOA en marzo de 2018, las empresas han informado de más de 40 obstáculos por medio de la plataforma basada en la web.

Entre dichas empresas figura la de Yaovi Timidiba, un exportador de Togo, que se quejaba de la falta de laboratorios para hacer pruebas de residuos de plaguicidas en sus granos de cacao con el fin de exportarlos a Suiza. Ante la ausencia de instalaciones para la realización de pruebas, normalmente envía muestras a Alemania con el considerable gasto en términos de tiempo y dinero, lo que hace que su producto sea menos competitivo en los mercados internacionales.

Timidiba informó del problema a la Cámara de Comercio e Industria de Togo, el centro de coordinación nacional del mecanismo, en agosto de 2018. El Ministerio de Agricultura togolés le informó de la existencia de un laboratorio próximo al Senegal que realiza las mismas pruebas y por el mismo precio, pero mucho más cerca. Timidiba utilizará el laboratorio de pruebas regional en la próxima temporada de exportación, ahorrando dinero y gastos de envío. Informó asimismo de otro problema que también se había resuelto gracias al Mecanismo de Alerta sobre Obstáculos al Comercio: ahora recibe la documentación necesaria para obtener los certificados de origen a tiempo, lo que significa que ya no tiene que pagar penalizaciones por documentación incompleta sobre las exportaciones cuando exporta sésamo a China.

Diez de los problemas notificados a través del mecanismo se han resuelto, y el resto los está abordando la red

nacional de organismos públicos y privados asociados al Mecanismo de Alerta sobre Obstáculos al Comercio.

En los ocho miembros de UEMOA, el mecanismo ha servido para reforzar la colaboración entre organismos con el fin de mejorar el entorno empresarial. Como complemento de las plataformas nacionales de cada Estado miembro de UEMOA, una interfaz regional desarrollada por la Comisión de dicha organización está permitiendo llevar un seguimiento y una supervisión de los obstáculos intrarregionales al comercio, ayudando a cumplir su mandato de mejorar la integración regional.

En algunos países, la red nacional del Mecanismo de Alerta sobre Obstáculos al Comercio está integrada en los comités nacionales de facilitación del comercio, que son plataformas público-privadas con el mandato de agilizar los procedimientos comerciales. Esto favorece que los obstáculos transfronterizos que afectan a las empresas se tengan directamente en cuenta en el proceso de reforma política.

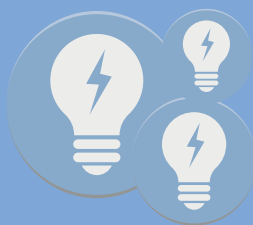
El futuro

El Mecanismo de Alerta sobre Obstáculos al Comercio ya se está extendiendo más allá de los países de UEMOA, al resto de la Comunidad Económica de África Occidental. En 2019 se implantará en otros siete países y se ampliará a los obstáculos al comercio en el sector de los servicios. A medida que la Zona de Libre Comercio Continental Africana entre en vigor, el mecanismo se irá convirtiendo en una herramienta que ayudará a las empresas a aprovechar plenamente las consiguientes oportunidades de mercado.



Financiador

Unión Europea



Rules of Origin Facilitator: facilitar a las mipymes el uso de los acuerdos de comercio



El desafío

Los gobiernos han firmado centenares de acuerdos de libre comercio (ALC) bilaterales y regionales para reducir e incluso eliminar los aranceles y otros obstáculos al comercio entre sus signatarios. Para evitar que estos acuerdos se conviertan en un conducto para el desvío de mercancías procedentes de terceros países, exigen que las mercancías cumplan determinados criterios relativos a las «normas de origen» antes de poder ser consideradas aptas para acogerse a las condiciones de acceso preferencial a los mercados.

Estas normas de origen, que normalmente requieren que se haya registrado un nivel mínimo de agregación de valor en los países que formen parte del acuerdo, pueden ser sumamente específicas en lo que respecta a los productos, y diferir entre un acuerdo comercial y otro. La proliferación de acuerdos de comercio bilaterales y regionales que se solapan entre sí, lo que en ocasiones se conoce como «spaghetti bowl», ha generado una gran cantidad de normas de origen asociadas a diferentes criterios y márgenes preferenciales.

A las empresas, en concreto a las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) que no puedan permitirse caros servicios de consultoría que les ayuden a desenvolverse entre los ACL, estas normas de origen les pueden crear confusión, costos y problemas de cumplimiento. Es posible que las empresas desconozcan que sus productos cumplen los requisitos para acogerse a las preferencias arancelarias de un mercado objetivo. El proceso de identificación de los acuerdos pertinentes y de cumplimiento con los requisitos de origen y de certificación puede ser tan laborioso que algunas empresas optan por pagar a cambio el arancel no preferencial aplicable a la «nación más favorecida». El hecho de no utilizar los aranceles preferenciales deniega a las empresas una ventaja en relación con sus competidoras, erosiona sus márgenes de beneficios, hace que les resulte más difícil mantener una posición consolidada en los mercados de exportación, y limita su capacidad para beneficiarse de las cadenas de valor internacionales.

Las encuestas empresariales realizadas por el ITC en los países en desarrollo desvelan que las normas de origen son la medida que más quejas genera entre las empresas manufactureras. Otras encuestas realizadas en Australia y

en el Reino Unido desvelan asimismo que los ACL se infrautilizan, en gran medida, a causa de problemas relacionados con las normas de origen.

Si se lograra que a las mipymes les resultara más fácil aprovechar al máximo los ahorros en derechos de aduana a través de ALC, estas serían más competitivas en los mercados objetivo, y se les ayudaría a abastecerse de insumos a precios más bajos.

La solución

El ITC ha creado una plataforma basada en la web, Rules of Origin Facilitator (findrulesoforigin.org), para ayudar a las mipymes a comprender cómo cumplir los requisitos para acogerse a las reducciones arancelarias resultantes de los acuerdos de comercio bilaterales y regionales, así como a los sistemas de preferencias comerciales unilaterales.

La base de datos de Rules of Origin Facilitator, desarrollada por el ITC en colaboración con la Organización Mundial de Aduanas y la Organización Mundial del Comercio, incorpora requisitos de origen específicos de productos y disposiciones relacionadas con el origen de 250 acuerdos comerciales. Su objetivo consiste en cubrir la mayor parte de los más de 400 acuerdos comerciales en vigor antes de que termine 2019.

Para representar la amplia variedad de acuerdos y normas de origen específicas de productos, el ITC desarrolló algoritmos de procesamiento de lenguajes naturales que aplican técnicas de texto como datos a miles de páginas de textos legales, reconociendo elementos que pueden clasificarse sistemáticamente e identificarse en la base de datos.

Las empresas pueden utilizar la herramienta para averiguar si un producto y mercado objetivo concretos están cubiertos por un acuerdo comercial bilateral o regional, e identificar las normas de origen necesarias. Además de los textos de los acuerdos, los usuarios también pueden hallar información sobre los procedimientos relacionados con la certificación y los requisitos de documentación, los procesos de envío y facturación, y cómo contactar con las autoridades nacionales competentes como las oficinas de aduanas, los ministerios de comercio y las cámaras de comercio.



2



3

1. Capacitación sobre Rules of Origin Facilitator, Tanzania 2. Rules of Origin Facilitator 3. ©shutterstock.com

Las empresas pueden utilizar Rules of Origin Facilitator para averiguar si un producto y mercado objetivo concretos están cubiertos por un acuerdo comercial bilateral o regional, e identificar las normas de origen necesarias.

En la práctica, un fabricante de prendas de vestir radicado en Viet Nam e interesado en exportar camisetas fabricadas con un tejido chino de algodón a Corea podría utilizar esta herramienta para determinar si existe algún acuerdo comercial entre ambos países. Descubriría que las prendas cumplirían los requisitos para acogerse al acceso libre de derechos, en lugar de a la tarifa estándar del 13 %, en el marco de dos acuerdos comerciales independientes: un acuerdo de 2007 celebrado entre Corea y la Asociación de Naciones de Asia Sudoriental (ASEAN), y el ALC bilateral entre Viet Nam y Corea de 2015.

La herramienta le explicaría que el uso de tejido chino por parte de su empresa no impediría el acceso libre de derechos, puesto que el corte y la confección realizados en Viet Nam serían suficientes para considerar las prendas como vietnamitas para los fines de ambos acuerdos comerciales.

Por último, la herramienta apuntaría a una importante ventaja asociada al uso del acuerdo bilateral entre Viet Nam y Corea: permite el envío libre de certificados para remesas

por valor inferior a \$600. En el acuerdo entre Corea y la ASEAN, la cifra equivalente es de tan solo \$200. Para los envíos por encima de dichos umbrales, el exportador vietnamita simplemente tendría que descargar el certificado de origen del ALC pertinente a través de un enlace facilitado por Rules of Origin Facilitator, rellenarlo, sellarlo en el Ministerio de Comercio de Viet Nam, y enviarlo a sus importadores coreanos, que estarán exentos de los derechos de aduanas.

El futuro

Rules of Origin Facilitator tiene por objeto incluir los más de 400 acuerdos comerciales cuyos textos legales se han comunicado públicamente. Se está traduciendo a francés y a español.

Además de desarrollar material de capacitación y programas para la herramienta, el ITC y sus asociados también están planeando nuevas funcionalidades. Una de ellas hará más fácil a los usuarios visualizar los lugares donde podrían abastecerse de insumos sin renunciar al uso del acceso comercial preferencial. Otra utilizará la inteligencia artificial para realizar una determinación automática del origen para los fines de un trato arancelario óptimo en el mercado de destino.

Está previsto realizar una encuesta entre los usuarios en 2019, cuyos resultados orientarán las modificaciones de esta herramienta.



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



27 soluciones estratégicas ejecutadas



128 actividades de la ENE del Afganistán están siendo ejecutadas por asociados para el desarrollo



Aproximadamente 3 500 partes interesadas de los sectores público y privado participaron en consultas sobre estrategias de comercio e inversión

Aspectos destacados

El apoyo brindado por el ITC al **Afganistán** en sus esfuerzos por usar el comercio para impulsar el crecimiento y el desarrollo culminó con el lanzamiento, en julio, de una estrategia nacional de exportación (ENE) que establecía una reforma de las políticas y un programa de inversión concebidos para abordar los cuellos de botella que afectan a la exportación, fomentando las capacidades de exportación e integrando al país en los mercados internacionales. Dicha estrategia se basó en un amplio proceso de consulta con aportaciones de más de 500 líderes industriales afganos, pequeñas empresas y funcionarios públicos. Identifica seis sectores prioritarios, desde el del azafrán hasta el de las alfombras, con alto potencial para impulsar el crecimiento y la creación de empleo, junto con áreas tales como la facilitación del comercio y la gestión de la calidad, donde las mejoras impulsarán la competitividad de las mipymes afganas en todos los sectores. Los organismos nacionales, con el respaldo de financiadores internacionales, están ejecutando en la actualidad 128 de las actividades recogidas en la estrategia. El Ministerio de Industria y Comercio del Afganistán afirmó que la ejecución de la ENE ha «supuesto un aumento sustancial de los productos básicos para la exportación».

Tras **la adopción** de una hoja de ruta para el desarrollo estratégico del comercio en Ucrania en 2017, el Gobierno pidió ayuda al ITC con la elaboración de una ENE más exhaustiva que identificara reformas e inversiones específicas para catalizar el crecimiento hacia sectores definidos como prioritarios por su elevado potencial de exportación y de creación de empleo. Tres rondas de consultas que congregaron a unos 1 000 participantes de los sectores público y privado dieron lugar a recomendaciones y planes de acción detallados para mejorar la competitividad de Ucrania en mercados nuevos y existentes, entre ellos, la manufactura ligera, las industrias creativas, y la reparación y el mantenimiento de aeronaves civiles.



1



2

1. Taller sobre la estrategia nacional de exportación, Ucrania 2. Consultas sobre la estrategia nacional de exportación, Santa Lucía

En **Mongolia**, el ITC está poniendo en marcha una hoja de ruta para el comercio y la inversión con la que se pretende reducir la dependencia que tiene el país de los recursos naturales —y, por consiguiente, su vulnerabilidad ante la volatilidad de los precios de los productos básicos— atrayendo para ello la inversión privada para apoyar el desarrollo del sector privado y la diversificación de las exportaciones.

El ITC también está aprovechando la complementariedad del comercio y la inversión en **Myanmar**, donde el Gobierno, que en 2019 culminará un proceso quinquenal de ejecución de la ENE, ha solicitado asistencia adicional para identificar nuevos sectores objetivo, reformas políticas y estrategias de promoción de la inversión a escala nacional y en una serie de estados seleccionados.

Durante el año, el ITC también brindó asistencia técnica para el diseño de la estrategia comercial en **Argelia, Malí, Rwanda, Santa Lucía, el Senegal y Túnez**.

El ITC también ha actualizado su metodología sobre estrategias electrónicas, basándose en 15 años de experiencia en la facilitación de estrategias comerciales para distintos segmentos del sector de la tecnología de la información y las comunicaciones, desde la externalización de procesos empresariales hasta el desarrollo de *software*.

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 tanto a escala nacional como regional. El ITC también ayuda a las empresas a cumplir mejor los requisitos transfronterizos y a participar en el diseño y la ejecución de reformas de facilitación del comercio.

Resultados principales



Apoyo a Sri Lanka en el diseño de una ventanilla única nacional para procesos de aduanas



Lanzamiento de un curso de aprendizaje electrónico sobre el AFC de la OMC para el sector privado, complementado con un programa de capacitación regional para empresas



Apoyo a seis países en el establecimiento de una secuencia de compromisos de notificación a la OMC en el marco del AFC



Apoyo a seis países y dos comunidades regionales en la aplicación de las obligaciones del AFC

Aspectos destacados

Fomentar la capacidad del sector privado para cumplir los requisitos transfronterizos y garantizar que los gobiernos tengan en cuenta las preocupaciones empresariales cuando diseñen las reformas relacionadas con la facilitación del comercio fueron dos importantes componentes del trabajo del ITC en 2018.

Para ayudar a las empresas a comprender y aprovechar el AFC se lanzó un curso en línea con participantes del sector privado procedentes de 27 países.

En **Sri Lanka**, el ITC trabajó estrechamente con la cámara local de comercio para establecer una red de mentores de gestión de las exportaciones con el fin de prestar servicios de asesoramiento en tiempo real a las mipymes. Estos recibieron capacitación sobre una nueva metodología específica desarrollada por el ITC para identificar y abordar retos clave relacionados con el comercio transfronterizo, y ahora están prestando servicios de asesoramiento en el empleo a empresas del país. El ITC está reproduciendo esta iniciativa en el Afganistán.



1



2

1. Lanzamiento de la estrategia nacional de exportación, Afganistán 2.-3. Consultas sobre la estrategia nacional de exportación, Sri Lanka

También en Sri Lanka, el ITC organizó una serie de diálogos entre los sectores público y privado sobre la ejecución de una ventanilla única nacional para los procedimientos relacionados con las aduanas, sobre todo, con sus actividades, estructura de gobernanza y modelo operativo. El ITC elaboró documentos de debate para cada sesión de estos diálogos en los que se destacaban las distintas opciones de ejecución extraídas de las mejores prácticas internacionales.

La organización amplió su apoyo a las empresas y se asoció con la Comisión de la **Comunidad Económica de los Estados de África Occidental (CEDEAO)** para formar a 18 capacitadores principales de cámaras de comercio de toda la región. Posteriormente, el ITC ayudó a estos capacitadores a organizar actividades nacionales basándose en las metodologías de capacitación del ITC concebidas para ayudar a las empresas a comprender las oportunidades y los desafíos que entraña la facilitación del comercio.

La organización apoyó a seis países –el **Afganistán, Burkina Faso, la República Centroafricana, el Níger, Sri Lanka y Tayikistán**– a formular sus compromisos del AFC para su notificación formal a la OMC, un paso clave en la senda hacia la ejecución de las reformas que reducirán los costos transfronterizos y las demoras para las empresas. Con ayuda de una metodología de costes-beneficios para analizar medidas individuales del AFC, el ITC ayudó a los comités nacionales de facilitación del comercio (CNFC) a establecer prioridades y secuenciar la ejecución de las obligaciones del AFC para las que los gobiernos necesitaran tiempo adicional (categoría B) o asistencia técnica y monetaria (categoría C). En el Afganistán, Sri Lanka y Tayikistán, el ITC ayudó a los CNFC a definir sus estructuras de gobernanza, planes de trabajo y membresía, fomentando capacidades sobre el AFC y las opciones de ejecución de este entre los miembros de los comités. En **Malí y Viet Nam**, el ITC apoyó la creación de portales de facilitación del comercio concebidos para simplificar los trámites comerciales.

Asimismo, ayudó a los países a ejecutar varias obligaciones del AFC. En Malí, Tayikistán, Sri Lanka y Viet Nam, el ITC apoyó la creación de portales de facilitación del comercio concebidos para simplificar los trámites comerciales. Asimismo, ayudó al Níger a documentar las leyes, reglamentos y trámites relacionados con la exportación, la

importación y el tránsito. En consonancia con el requisito del AFC que obliga a los miembros de la OMC a medir y publicar los plazos de despacho de aduanas, el ITC ayudó a Sri Lanka a realizar un estudio sobre dichos plazos. La organización también trabajó con cinco **Estados Árabes** en la armonización de sus procesos de presentación electrónica de documentación relacionada con la importación y la exportación previamente a la llegada de la mercancía.

Por último, el ITC publicó *Supporting SMEs through trade facilitation reforms* (Apoyo a las pymes mediante reformas de la facilitación del comercio) una guía dirigida a los formuladores de políticas sobre la ejecución del AFC de modo que beneficie a las empresas de todos los tamaños, y *Faster Customs, Faster Trade* (Aduanas más rápidas, comercio más rápido) un informe sobre el uso de la tecnología para la facilitación del comercio.

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



Apoyo a **6 países** en el proceso de adhesión a la OMC



Desarrollo de opciones políticas para abordar las medidas no arancelarias que afectan al comercio regional en Europa sudoriental.



Movilización de la participación empresarial en el Acuerdo de Libre Comercio Continental africano



4. Visita de delegados participantes en el diálogo organizado por la OMC a la zona de libre comercio, Djibouti

Aspectos destacados

El ITC trabajó para dotar a los gobiernos de mejor información para las negociaciones regionales y multilaterales, ayudándoles a comprender los cuellos de botella arancelarios y no arancelarios que afectan al comercio. En los Balcanes Occidentales, el ITC colaboró con empresas y Gobiernos integrantes del **Acuerdo Centroeuropeo de Libre Comercio (ALCEC)** para cartografiar el comercio regional de hortalizas, hierro y acero, con el fin de formular soluciones políticas para las medidas no arancelarias que bloquean las cadenas de valor regionales. La ejecución de muchas de las opciones políticas propuestas, como la facilitación de un despacho de aduana más acelerado procesando para ello los documentos antes de la llegada de los bienes a la frontera, está programada para 2019. Estas recomendaciones también alinearán a los países con las normas de la Unión Europea y ayudarán a avanzar en las conversaciones sobre la adhesión a la OMC de los países del ALCEC que siguen negociando su membresía.

El ITC congregó a partes interesadas del sector privado y de los Gobiernos del **Afganistán, Uzbekistán y Kazajstán** para la celebración de debates basados en investigaciones sobre los obstáculos a los negocios transfronterizos, apoyando así la mejora de las relaciones comerciales entre los tres vecinos. La decisión unilateral de Uzbekistán de otorgar el trato de la nación más favorecida a todas las importaciones afganas fue un resultado directo de dichos debates.

El Acuerdo de Libre Comercio Continental africano, firmado por los dirigentes africanos en julio, tiene grandes implicaciones para las empresas del continente. El ITC ha colaborado con cámaras de comercio del este y el sur de África para comprender los desafíos y las oportunidades que plantea el acuerdo.

En **Sri Lanka**, el ITC brindó asesoramiento y ayudó al Gobierno a obtener la colaboración del sector privado en sus esfuerzos por mejorar el marco regulatorio para el comercio electrónico y los servicios logísticos. La

organización también colaboró con partes interesadas del país en la formulación de opciones políticas para una administración de las medidas comerciales correctivas más eficaz.

Se asoció con la Organización Mundial del Comercio para organizar un diálogo en **Djibouti** sobre los procesos de adhesión a la OMC de los países de la región del Cuerno de África: **las Comoras, Etiopía, el Iraq, Somalia, Sudán del Sur, y el Sudán**. La colaboración con la comunidad empresarial fue el núcleo central de este trabajo, tanto en términos de garantizar que los gobiernos tengan en cuenta las opiniones del sector privado cuando formulen sus posturas de negociación, como para mejorar los conocimientos de las empresas sobre las implicaciones de la pertenencia al órgano de comercio mundial.

Financiadores de 2018

Financiadores principales

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

Financiadores específicos del proyecto

Alemania, Banco de Desarrollo de Qatar, Banco de Desarrollo del Caribe, Banco Mundial, China, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, Corporación Islámica Internacional para la Financiación del Comercio, DHL, Finlandia, Huawei Technologies, Japón, Organización Mundial del Comercio, Reino Unido, Suiza, Unión Europea.

ESTUDIO DE CASO

Reforzar el entorno empresarial para el desarrollo impulsado por el comercio en Sri Lanka



El desafío

Al igual que tantos gobiernos de países en desarrollo, Sri Lanka quiere hacer del comercio un motor de crecimiento y desarrollo, utilizando los mercados internacionales como palanca para hacer avanzar los recursos y a las personas hacia actividades con mayor valor añadido.

Dentro de su objetivo de convertirse en un país de ingresos medianos-altos en una década, reduciendo al mismo tiempo la desigualdad en materia de ingresos y las disparidades regionales, Sri Lanka se propone duplicar las exportaciones hasta los \$28 millones al año de aquí a 2022, y diversificar la canasta de exportación nacional con bienes y servicios basados en la innovación.

No obstante, marcarse objetivos ambiciosos es una cosa y lograrlos es otra muy distinta. Los países que han traducido más eficazmente el comercio en un crecimiento y un desarrollo de base amplia no se limitaron a propiciar un entorno macroeconómico estable, sino que crearon un entorno favorable a la inversión y la producción en una serie cambiante de sectores sujetos a la disciplina de la competencia internacional.

Por otra parte, para potenciar al máximo la contribución del comercio al crecimiento inclusivo, es importante que las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) —que absorben la inmersa mayoría de los puestos de trabajo— conecten con las cadenas de valor.

La respuesta

El ITC ha trabajado estrechamente con el Gobierno de Sri Lanka y una serie de instituciones nacionales para impulsar el entorno empresarial para el comercio.

La estrategia nacional de exportación (ENE), formulada por el Ministerio de Estrategias de Desarrollo y Comercio Internacional y la Junta de Desarrollo de las Exportaciones con el apoyo del ITC, se sitúa en el centro de estos esfuerzos. Formulada con base en amplias consultas con los sectores público y privado, la ENE de Sri Lanka identifica los cuellos de botella más urgentes en relación con el éxito de las exportaciones, y recoge medidas específicas para

abordarlos. Se trata de una hoja de ruta para la asignación de recursos con el fin de obtener los mayores beneficios en términos de crecimiento y creación de empleo.

La estrategia identificaba seis sectores prioritarios por su alto potencial para crear puestos de trabajo y generar ingresos de exportación: tecnología de la información y gestión de procesos empresariales; turismo de bienestar; astilleros; electrónica; alimentos elaborados; y especias y concentrados. Describe —y aporta estimaciones de costes para— los cambios políticos y las inversiones clave que se necesitan para el desarrollo de capacidades en relación con la oferta en cada uno de dichos sectores.

También identificaba cuatro elementos transversales de mejora en relación con la competencia comercial internacional de Sri Lanka: la infraestructura de calidad para fomentar el cumplimiento de los reglamentos y los estándares internacionales y la certificación; el acceso a información comercial y servicios de promoción del comercio; los servicios de logística; y la innovación y el emprendimiento.

Como complemento a la ejecución de la ENE, el ITC colaboró con la Agencia de Tecnología de la Información y la Comunicación de Sri Lanka para cartografiar el ecosistema de apoyo a los emprendedores de Sri Lanka. El objetivo era identificar las carencias, los solapamientos y las conexiones entre agentes como las incubadoras de empresas de nueva creación y eventos, asociaciones sectoriales, fuentes de financiación e instituciones educativas para ayudarles a trabajar conjuntamente con la mayor eficacia posible.

Los resultados

Aunque la ENE no concluyó oficialmente hasta junio y se lanzó al mes siguiente, el Gobierno de Sri Lanka ya había dado pasos de cara a su ejecución. En su presupuesto de 2018 se asignaron \$60 millones en gastos de proyectos relacionados con actividades incluidas en el plan de ejecución de la estrategia. Muchas de las iniciativas previstas en la ENE ya están en marcha.

El diálogo entre los sectores público y privado sobre el impulso de la posición de Sri Lanka como centro marítimo, logístico y de transportes del Océano Índico se está centrando



1. Producción de aceite y concentrados orgánicos 2. Consultas sobre la estrategia nacional de exportación 3. Una empresa del sector de la tecnología de la información de Sri Lanka

En el presupuesto de Sri Lanka para 2018 se asignaron \$60 millones para gastos del proyecto relacionados con el plan de ejecución de la estrategia nacional de exportación.

en garantizar que los planes del Gobierno por abrir la industria naviera a la competencia internacional arrojen los mayores beneficios en términos de costos de servicios y calidad para los comerciantes y los consumidores de Sri Lanka.

La campaña de creación de la marca «Island of Ingenuity» (Isla de Ingenio) está comercializando los servicios de difusión de conocimientos de Sri Lanka entre inversores extranjeros potenciales. Los astilleros, uno de los sectores prioritarios, han recibido un importante apoyo del Gobierno de Sri Lanka y la Junta de Desarrollo de las Exportaciones. El primer Festival de Navegación y Exhibición de Navíos del país, celebrado en octubre, atrajo a un gran número de compradores y profesionales del sector procedentes de países de la región, del Oriente Medio, Corea y Europa.

Un importante obstáculo al rendimiento comercial de Sri Lanka, identificado en la ENE, es el limitado conocimiento de la dinámica y las oportunidades del mercado internacional, patente, sobre todo, en las empresas más pequeñas. El Gobierno ha destinado fondos al desarrollo de un portal en línea para la promoción de las exportaciones con el fin de facilitar inteligencia comercial y de mercado a los exportadores a través de las cámaras de comercio regionales desde Jaffna, en el norte, hasta Matara, en el sur de la isla. De igual modo, el aumento de los conocimientos sobre los procedimientos transfronterizos y la gestión de las exportaciones puede ayudar a las mipymes a realizar su actividad comercial con mayor eficiencia. En colaboración con el Instituto Nacional para las Exportaciones, una institución de capacitación afiliada a la

Cámara Nacional de Exportadores del país, el ITC ha ejecutado un programa de aprendizaje electrónico sobre reglamentos de exportación, prescripciones en materia de embalaje y opciones de flete para la carga. Más de 130 mipymes han realizado el curso en línea. Ocho empresas de sectores como el de los alimentos elaborados, las especias, las prendas de vestir y los productos pesqueros, entre otros, están recibiendo orientación individualizada sobre la mejora de sus prácticas administrativas relacionadas con las exportaciones.

Al igual que en numerosos países en desarrollo, la obtención de la certificación que demuestra que los productos cumplen las normas internacionales de salud y seguridad supone un gran desafío para los exportadores de Sri Lanka. En consonancia con las recomendaciones de la ENE, el Gobierno ha realizado inversiones preliminares para hacer un inventario de la capacidad nacional de certificación.

El ejercicio de cartografía del ecosistema de emprendimiento culminó con una publicación que ya ha empezado a intensificar los lazos entre los agentes del mismo y a cambiar sus métodos de colaboración. Por ejemplo, StartupX Foundry, un acelerador radicado en Colombo, afirmó que el informe le había ayudado a identificar a nuevos socios estratégicos, como el Instituto de Nanotecnología de Sri Lanka, y había influido en su trabajo con otros agentes del ecosistema de Sri Lanka.

El futuro

El ITC proseguirá con su trabajo en Sri Lanka a través de asignaciones relacionadas con la ENE en el presupuesto nacional de 2019, así como con alianzas con otros asociados para el desarrollo. Con el apoyo de las instituciones nacionales, se ampliarán los esfuerzos por reforzar las capacidades de las mipymes en relación con la gestión de las exportaciones, los procedimientos transfronterizos y la comercialización de las exportaciones.



Financiador

Unión Europea

ESTUDIO DE CASO

Propiciar reformas y la transparencia comercial en Malí



El desafío

Las empresas que deseen emprender actividades comerciales deben comprender primero los procedimientos transfronterizos necesarios para importar o exportar: qué organismos públicos están implicados, qué documentos deben obtenerse para demostrar el cumplimiento con los requisitos fiscales y reglamentarios, etcétera. Esto puede resultar especialmente difícil para las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes), que poseen menos recursos que sus competidoras de mayor tamaño.

El Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la Organización Mundial del Comercio ayuda a los comerciantes con el establecimiento de unas normas mundiales comunes sobre los procedimientos transfronterizos, respaldadas por asistencia técnica y financiera para los países en desarrollo que necesiten ayuda para ejecutar el acuerdo.

La facilitación del acceso a todos los requisitos documentales y de otra índole relacionados con el comercio reduce los costos y los plazos de cumplimiento de las empresas de todos los tamaños. Permite a las empresas conocer todo lo que necesitan por adelantado y organizarse en consecuencia y, gracias a ello, pueden enfrentarse a varios escollos de una vez en lugar de tratar con cada organismo regulador individualmente. No obstante, la creación de unos sistemas que faciliten esta información es una tarea técnica, administrativa y financieramente compleja: es necesario identificar y organizar de un modo accesible los procedimientos de los organismos reguladores encargados de los reglamentos técnicos, de aduanas, agrícolas y de seguridad y salud que afecten a los productos.

En Malí, la prioridad de la comunidad empresarial, en especial de las mipymes, ha sido el aumento de la transparencia y la previsibilidad de las transacciones transfronterizas.

La respuesta

En respuesta a una solicitud del Gobierno maliense, el ITC, en colaboración con la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), ha trabajado con autoridades del país en la creación de un portal en línea de facilitación del comercio que describe los pasos prácticos necesarios para la importación, la exportación y el tránsito de 15 productos comercializados clave, entre ellos, el mango, el algodón y la leche.

Concebido como una herramienta fácil de usar para los comerciantes, el Portal Comercial de Malí enumera, en orden secuencial, las formalidades necesarias para realizar envíos transfronterizos. Los usuarios se pueden descargar documentos clave y acceder a información sobre los costos y los plazos para la exportación, la importación o el tránsito de un producto concreto.

Para identificar la enorme variedad de procedimientos aplicables a los productos en cuestión, el ITC trabajó con el sector privado de Malí, que, como beneficio adicional, ayudó a desarrollar una capacidad nacional de análisis duradera.

Tan importante como crear el portal es asegurarse de que su contenido se actualice constantemente. El ITC trabajó con un mecanismo multiinstitucional del Gobierno ya existente y lo preparó para utilizarlo como estructura de gobernanza del portal, con representantes de los ministerios y los organismos competentes encargados de asuntos como los estándares de salud y seguridad, las inspecciones aduaneras y la agricultura. Uno de los objetivos de este trabajo consistía en fomentar una cooperación más efectiva entre los organismos para ayudar a las empresas malienses a desempeñar su actividad comercial.

El portal se ha diseñado para contribuir al cumplimiento de Malí con las obligaciones de la OMC en materia de facilitación del comercio. También se propone respaldar los esfuerzos internos de reforma invitando para ello a los usuarios del sector privado a enviar comentarios y sugerir mejoras que puedan fundamentar el diálogo entre los sectores público y privado acerca de los cambios reglamentarios.

El ITC y la UNCTAD ofrecen capacitación y asistencia técnica a tres niveles: a los funcionarios técnicos que trabajen en el portal sobre cómo recopilar, organizar



1. Camiones con mercancías a la espera de la autorización para cruzar la frontera 2. Inspección fronteriza en la región de Sikasso, Malí 3. Emisión de un certificado sanitario para el ganado 4. Inspección previa al embarque de las mercancías 5. Portal comercial de Malí

sistemáticamente y digitalizar los datos; a los coordinadores de los distintos organismos reguladores sobre cómo actualizar el portal; a los futuros usuarios del sector privado sobre la herramienta.

Los resultados

Al igual que otros sistemas ya instaurados en 23 países, el Portal Comercial de Malí está desempeñando una importante función de aumento de la transparencia en relación con los reglamentos y los procedimientos de carácter fronterizo.

Su gestión está ya totalmente en manos de un equipo interno perteneciente al Ministerio de Comercio del país, con un equipo paritario compuesto por cuatro expertos técnicos encargados de la recopilación de la información y liderado por un funcionario de alto rango que supervisa la coordinación con otros organismos.

Al arrojar luz sobre los procedimientos especialmente complejos o que se solapan entre sí, el ejercicio de recopilación de la información incluida en el portal ha sentado las bases para la simplificación y la armonización de algunos procedimientos transfronterizos por parte de las autoridades públicas. Por ejemplo, cuando se

Al arrojar luz sobre los procedimientos especialmente complejos o que se solapan entre sí, el ejercicio de recopilación de la información incluida en el portal ha sentado las bases para la simplificación y la armonización de algunos procedimientos transfronterizos por parte de las autoridades públicas.

20 %
de reducción de los plazos de comercialización de los mangos y la leche gracias a la simplificación de los procedimientos

documentaron los procedimientos relacionados con la obtención del certificado de seguro contra daños o pérdidas durante el tránsito, se evidenció que cada empresa aseguradora tenían sus procesos, con el consiguiente aumento de los costos para los comerciantes. Los procedimientos ya se han armonizado.

La identificación y la eliminación de procedimientos similares que se solapaban entre sí relacionados con los mangos destinados a la exportación y la leche destinada a la importación han reducido los plazos de comercialización en un 20 %. Ya no es necesario volver a pesar los mangos en un lugar seguro antes del envío, y se han reducido las veces que los comerciantes tienen que presentar el documento de identificación.

El futuro

En los dos próximos años, el ITC trabajará con los organismos malienses en la identificación de posibilidades para seguir simplificando los reglamentos relacionados con el comercio. Las opiniones vertidas por las empresas a través del portal indicarán si la información facilitada a través de este se ajusta a las realidades sobre el terreno.

El ITC está trabajando en la introducción de sistemas similares en otros países, como Tayikistán. Los gobiernos se han mostrado interesados en ampliar el sistema para incluir información sobre los procedimientos sobre el transporte y las operaciones portuarias.





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) busca la mejora del rendimiento operativo y de gestión de las organizaciones que respaldan el crecimiento y la internacionalización de las empresas, entre ellas, los organismos de promoción del comercio y la inversión, las cámaras, las asociaciones sectoriales, los grupos de empresas de mujeres, las cooperativas, las incubadoras y los proveedores de capacitación técnica y profesional. A través de servicios de asesoramiento, evaluaciones y talleres a medida, los expertos orientan a las instituciones a través del proceso de cambio, incluyendo la mejora del rendimiento, la medición del desempeño, el diseño de servicios y el establecimiento de contactos con otros sectores del ecosistema de apoyo a las empresas.



Capacitación para ejecutivos de agencias africanas de promoción de las exportaciones, Nairobi

Resultado principal



353 casos de mejora del desempeño de las instituciones de apoyo al comercio y la inversión



97 instituciones evaluadas en relación con los procesos de diseño y ejecución de procesos, reduciendo los riesgos de los proyectos y mejorando su aplicación



95 países representados en la conferencia de las Organizaciones de promoción del comercio mundial celebrada en París

Aspectos destacados

El ITC trabajó con una amplia variedad de instituciones, incluidos proveedores de capacitación técnica e incubadoras empresariales, de diversas maneras, desde una colaboración plurianual estrecha con las operaciones de una organización hasta talleres regionales de carácter menos intenso, asesoramiento o intercambio de buenas prácticas a través de una plataforma en línea.

En 2018, la emblemática **Conferencia de Organizaciones Mundiales de Promoción del Comercio** acogió en París a representantes de 95 países que analizaron la forma de mejorar los ecosistemas de apoyo empresarial con el fin de incrementar el impacto, la adaptabilidad y la innovación para ayudar a las mipymes a prosperar entre los rápidos cambios de la era digital.



1

1. Taller con agencias de promoción de las exportaciones, Cotonou, Benin y Cote d'Ivoire



2

2. Apoyo a las agencias africanas de promoción de las exportaciones,

Bajo la orientación de una junta consultiva de directores generales, el ITC siguió innovando para dar respuesta a las necesidades de las instituciones. En colaboración con **Business France**, el ITC brindó apoyo operativo, de planificación y liderazgo a 21 organizaciones de promoción del comercio de África, aunando el asesoramiento individualizado con clases maestras para ayudar a cada institución a elaborar una hoja de ruta para la mejora del rendimiento y los objetivos en materia de prestación de servicios en 2019. En cinco países, el ITC pilotó un enfoque estandarizado para que las organizaciones de promoción del comercio y la inversión calculen cuál será su contribución a los objetivos macroeconómicos, e informen al respecto.

La organización impartió talleres para ayudar a las organizaciones y las asociaciones sectoriales radicadas en los países miembros a crear modelos empresariales sostenibles mediante la mejora de la credibilidad de sus iniciativas de promoción y la prestación de servicios por los que puedan cobrar. En **Sri Lanka**, el ITC identificó carencias y solapamientos en la forma en que los distintos agentes del ecosistema de la innovación, como las incubadoras, los aceleradores, los inversores providenciales y los proveedores de capacitación, colaboran entre sí y con las empresas, y señaló cómo pueden brindar un apoyo más eficaz a los jóvenes emprendedores.

En respuesta a la creciente demanda, el ITC también probó material nuevo de capacitación concebido para ayudar a los funcionarios públicos destinados en el extranjero a participar más eficazmente en la promoción del comercio y la diplomacia comercial. Este trabajo contribuyó a una nueva guía sobre diplomacia comercial que se publicará en 2019.

Financiadores de 2018

Financiadores principales

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

Financiadores específicos del proyecto

Agencia de Promoción del Comercio y las Exportaciones de Santa Lucía, Alemania, Banco de Desarrollo del Caribe, Canadá, Corporación Islámica Internacional para la Financiación del Comercio, Estados Unidos de América, Fondo Africano de Garantía, Francia, Fundación Max Havelaar, ITHRAA - Sultanato de Omán, Japón, Marco Integrado Mejorado, Organización Internacional del Trabajo, Organización Mundial del Comercio, Organización para la Alimentación y la Agricultura, Países Bajos, Procomer Costa Rica, Reino Unido, Suiza, Unión Europea

ESTUDIO DE CASO

Ayudar a las agencias de promoción de las exportaciones africanas a mejorar los servicios para las mipymes



El desafío

Las mejores organizaciones de promoción del comercio y la inversión (OPCI) prosperan en un círculo virtuoso de desempeño y apoyo: los visibles logros alcanzados en la facilitación de un mejor desempeño de las exportaciones aumenta su credibilidad entre las partes interesadas de los sectores público y privado, lo que, a su vez, da lugar a una financiación más previsible y a mayores aumentos de las exportaciones.

Numerosas OPCIs de África, por el contrario, están inmersas en un círculo vicioso. La continua incertidumbre en relación con la financiación hace que les resulte más difícil planificar y prestar un conjunto fiable de servicios de apoyo a las empresas locales interesadas en conectar con las cadenas de valor internacionales, por no hablar de experimentar con nuevos enfoques de alto riesgo y altos beneficios para ayudar a las empresas a superar los obstáculos a los que se enfrentan.

Habida cuenta de la función esencial que puede desempeñar la promoción eficaz del comercio para propiciar el acceso de las empresas —en especial las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes)— a los mercados internacionales, los países con OPCIs tropiezan con obstáculos que les obligan a renunciar a oportunidades comerciales que, de otro modo, habrían podido aprovechar.

La respuesta

En 2018, el ITC y Business France, la agencia francesa de promoción del comercio y la inversión, iniciaron un nuevo programa para ayudar a las OPCIs africanas a mejorar sus procesos internos y su prestación de servicios.

El programa MOPSE (del francés *management opérationnel des programmes de soutien à l'exportation*) tiene por objeto mejorar la gestión operativa de los programas de apoyo a las exportaciones en 21 países del África Subsahariana. Con ello se pretende que estos organismos entren en un círculo virtuoso con unas operaciones eficaces que den lugar a un mejor desempeño de las exportaciones, mayor credibilidad, mayores asignaciones presupuestarias y resultados de mejora continua.

Se trata de un programa de dos años de duración dirigido a directores generales y altos directivos de los 21 organismos participantes de África Occidental y Oriental, que se centra en el desarrollo de capacidades institucionales, orientación individual y grupal, y redes de facilitación del intercambio de mejores prácticas y resolución colaborativa de problemas.

Dentro de este programa, los participantes autoevalúan en primer lugar sus propias organizaciones para identificar las fortalezas internas y también las áreas de mejora basándose en los indicadores de referencia del ITC en materia de liderazgo institucional, recursos, prestación de servicios y medición. El ITC utiliza seguidamente los resultados de la evaluación para adaptar la capacitación a cada organización y al grupo, con el fin de que los organismos se puedan centrar en la mejora de las deficiencias que representan los cuellos de botella más graves para su crecimiento.

Una vez que los organismos se embarcan en este proceso de cambio, la organización imparte capacitación a los altos cargos sobre la creación de una sensación de pertenencia en toda la organización, algo esencial para una ejecución eficaz. Por ejemplo, la exitosa introducción de un nuevo marco de medición de los resultados suele exigir que los representantes del cambio articulen una visión estratégica para el personal y demuestren a continuación beneficios a corto plazo que consoliden la participación colectiva.

Los ejercicios de la capacitación se acompañaron de talleres técnicos donde los participantes formularon planes de acción y objetivos para mejorar, de un modo perceptible, la prestación de servicios para las mipymes. También asistieron a la Conferencia y Premios de las Organizaciones Mundiales de Promoción del Comercio (OMPC) y al Salon international de l'alimentation (SIAL), una importante feria comercial del sector de la alimentación, ambos en París, donde pudieron interactuar con homólogos, conocer tendencias empresariales y prácticas de gestión, y comprender mejor la posición que ocupaban sus empresas en relación con posibles competidoras.



1. Apoyo a las agencias africanas de promoción de las exportaciones, Nairobi 2. Apoyo a las agencias africanas de promoción de las exportaciones, Accra 3. Agencias africanas de promoción de las exportaciones en la Conferencia de la OMPC, París

Los resultados

Las instituciones registraron importantes mejoras desde principios de año, puesto que cada agencia ha diseñado y empezado a ejecutar dos planes conexos para mejorar los procesos internos relacionados con las operaciones y con la gestión, así como a mejorar la prestación de servicios de promoción de las exportaciones. Los planes marcan la dirección de cada institución y les permiten movilizar apoyo y recursos de las partes interesadas.

Por término medio, las instituciones participantes han completado el 44 % de sus planes de mejora operativa y de gestión después del primer año.

La agencia de promoción de las exportaciones de Burkina Faso, APEX Burkina, ha redefinido las funciones y las responsabilidades del personal, ha establecido un nuevo sistema de gestión de las relaciones con los clientes y ha dividido a 600 exportadores en segmentos en función de su grado de preparación para la exportación. También ha adaptado su cartera de servicios para responder mejor a las necesidades de los distintos segmentos. Por ejemplo, a las empresas que ya están exportando, la OPCI les puede ofrecer servicios de resolución de problemas, inteligencia de mercado y apoyo para la creación de marcas. A las que poseen un alto potencial de exportación, puede brindarles apoyo para el desarrollo de productos, desarrollo de capacidades de gestión, y asistencia con los contactos entre empresas (B2B) a

través de visitas de estudio a los mercados y participación en ferias de comercio. A las empresas con probabilidades de exportar en un futuro más lejano, la agencia trabajará para brindarles acceso a financiación, capacitación y estudios de mercado.

La Agencia de Desarrollo de Zambia también ha trabajado en la segmentación, asignando directores nacionales en cada segmento para intensificar las relaciones con los exportadores y brindar apoyo personalizado.

El Centro de Comercio e Inversión de Malawi ha revisado sus valores básicos y ha rediseñado su proceso de evaluación del desempeño para garantizar que el personal esté orientado a los resultados, con una mejora de la prestación de servicios para los exportadores.

El futuro

El ITC seguirá apostando por la red de instituciones creada en virtud del proyecto MOPSE y trabajará con cada una de ellas para ayudarles a demostrar sus resultados, ganar credibilidad y justificar los recursos que necesitan para brindar un mejor apoyo a las empresas en proceso de internacionalización.

De cara al futuro, la organización tiene previsto aplicar este enfoque en otras regiones dentro de su cartera de servicios para ayudar a las instituciones de apoyo al comercio y la inversión a dar lo mejor de sí mismas.

ESTUDIO DE CASO

Mejorar el apoyo a los exportadores mongoles



El desafío

Las cámaras de comercio desempeñan una función esencial de apoyo a sus miembros en lo que respecta a la superación de los riesgos y las limitaciones en materia de costos e información que impiden que compitan en mercados internacionales. Como principales defensoras de las empresas ante los formuladores de políticas, las cámaras de todo el mundo allanan el terreno para un entorno empresarial más favorable, velando para ello por que las opiniones del sector privado se tengan en cuenta en el proceso político. Al mismo tiempo, ayudan a las empresas a comprender mejor y responder a los nuevos desafíos que plantean los mercados nacionales e internacionales.

Para desempeñar estas funciones con la máxima eficacia posible, las cámaras de comercio han de poseer competencias y conocimientos específicos: estrategias claras y comprensión de las necesidades de sus clientes, carteras de servicios bien definidas y buena gobernanza, junto con una medición precisa de los resultados que permita definir acciones correctoras y demostrar su valía a las partes interesadas.

La Cámara Nacional de Comercio e Industria de Mongolia (MNCCI) va más allá de los roles tradicionales y ayuda a las empresas en su proceso de internacionalización, algo de lo que en otros países suelen encargarse las organizaciones de promoción del comercio y la inversión que reciben financiación pública.

La respuesta

El ITC ha trabajado con la MNCCI para evaluar sus operaciones y mejorar su capacidad para ayudar a las empresas mongoles, en especial a las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes), a competir con éxito en los mercados internacionales.

En un ejercicio comparativo realizado en 2016, el desempeño de la MNCCI se situaba justo por encima de la media frente al de organizaciones homólogas de otros lugares. La falta de alineación entre la estructura

organizativa de la cámara y los objetivos declarados de brindar servicios de promoción y apoyo a las empresas menoscabó su eficacia en la consecución de estos. La organización carecía de una visión estratégica sobre el tipo de empresas a las que dar prioridad en la prestación de sus servicios.

Por otra parte, el ejercicio puso de manifiesto que la MNCCI no organizaba sistemáticamente los servicios que presta con base en las necesidades de los clientes y los modos de ejecución, debido, sobre todo, a la falta de información sobre quiénes eran sus clientes y qué necesitaban.

La medición de los resultados se vio perjudicada por la falta de un conjunto coherente y cuantificable de indicadores clave del desempeño. Como resultado de ello, por ejemplo, la respuesta a las necesidades empresariales de los clientes se solapaba a menudo con las iniciativas destinadas a incrementar, y hacer un seguimiento de, los ingresos de sus miembros, y los dos objetivos competían entre sí en lugar de complementarse. Además, los procesos internos de la MNCCI estaban prácticamente indocumentados; la ausencia de una gestión sistemática del conocimiento hacía difícil aprender de experiencias anteriores y crear una memoria institucional.

En el marco del enfoque de su programa DAME Resultados, que pasa por evaluar el desempeño de las organizaciones de apoyo empresarial, la elaboración de planes de mejora y la posterior medición del progreso, el ITC y la Cámara de Comercio colaboraron en la formulación y la ejecución de un plan para responder a las deficiencias identificadas. Posteriormente, el ITC repitió el ejercicio comparativo para evaluar la mejora de la MNCCI.

Los resultados

El nuevo ejercicio comparativo, realizado en 2018, puso de manifiesto que la MNCCI había mejorado en varios frentes. Había ajustado mejor su estructura operativa a su estrategia organizativa, mejorando la eficiencia, reduciendo los solapamientos, adaptando a la plantilla a las nuevas funciones, e identificando carencias en su fuerza de trabajo.



2



3

1. Fábrica textil, Mongolia 2. Clasificación de lana de oveja 3. Cosméticos de espino amarillo ©shutterstock.com

La formulación de estrategias se ha convertido en un proceso continuo dentro de la organización, con personal de operaciones y de gestión que participa activamente en la determinación del modo en que la organización debería asignar mejor sus recursos. Estas decisiones se toman sobre la base de las necesidades y las expectativas de los clientes, que ahora son evaluadas periódicamente por la cámara.

El nuevo proceso estratégico es un reflejo de la nueva cultura organizativa, centrada en el cliente, de la MNCCI. Para la segmentación de los clientes se aplica ahora una matriz que tiene en cuenta su nivel de madurez en términos de exportaciones, lo que permite a la cámara brindarles el servicio que mejor responda a sus necesidades. Por otra parte, también se premia la fidelidad de los miembros, y las empresas se clasifican en cinco categorías, de «clásica» a «diamante», y las pertenecientes a esta última reciben un acceso y unos privilegios especiales.

Ahora, la MNCCI mide sistemáticamente la satisfacción de los clientes para cubrir mejor sus necesidades. La organización también ha creado un nuevo departamento de relaciones con los clientes, y está utilizando su nuevo sistema de gestión de relaciones con los clientes para colaborar con las partes interesadas de sus distintos segmentos a nivel gubernamental, institucional y empresarial.

En lo que respecta a la medición de los resultados, la MNCCI posee ya un marco que vincula los resultados organizativos con el desempeño del personal, con un conjunto completo de indicadores clave del desempeño a nivel corporativo, departamental e individual. La plantilla se muestra satisfecha porque se están reconociendo las aportaciones individuales a los objetivos organizativos, lo que eleva la moral y la productividad.

La MNCCI también ha desarrollado un marco para la gestión de riesgos como los déficits financieros, el cambio político y la pérdida de información, lo que ha permitido aumentar la eficacia de las operaciones, tal y como pone de manifiesto la acreditación de la MNCCI con una norma ISO relativa a la gestión de la documentación.

La MNCCI ha mejorado su puntuación en el ejercicio comparativo y ha pasado de estar justo por encima de la media tener un «buen» desempeño. Es previsible que siga cosechando mejoras a medida que vaya ejecutando reformas.

Las mejoras de la eficiencia interna han acompañado a una mejora de la capacidad para brindar apoyo a las empresas mongolas. En la Conferencia de las Organizaciones Mundiales de Promoción del Comercio celebrada en octubre en París, la MNCCI recibió un premio especial por su trabajo para aumentar los ingresos y crear empleo en las zonas rurales mediante la diversificación de productos y la agregación de valor en los sectores del espino amarillo (una baya que se emplea en la producción de productos alimenticios, cosméticos y medicinales) y de la lana de oveja.

El futuro

El ITC está trabajando con otras cámaras de comercio para aplicar el enfoque utilizado con la MNCCI. Los talleres regionales celebrados en África Oriental han allanado el terreno para que sus organizaciones constituidas por miembros sean más sostenibles desde el punto de vista financiero y ofrezcan mayor valor a los clientes. El ITC está compartiendo mejores prácticas entre las cámaras a través de estudios de caso, y está previsto celebrar un taller en el Congreso Mundial de Cámaras que tendrá lugar en el Brasil en 2019.



Financiadores

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



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 transformador a gran escala.

Resultados principales



> \$40 millones en compromisos de inversión facilitados en el sector cocotero del Caribe



Aumento del 22 % de los ingresos para los productos de cacao y ñame de Ghana



\$250 000 en ventas de soja a Viet Nam y los Países Bajos para los agricultores de Togo

Aspectos destacados

En 2018, 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.

Los exportadores de **Togo** vendieron soja por valor de \$250 000 a nuevos clientes de Viet Nam y los Países Bajos después de que el asesoramiento del ITC les ayudara a mejorar los procedimientos empresariales y a cerrar tratos con compradores. Las ventas a Viet Nam ayudaron a más

de 500 productos togoleses a compensar el descenso registrado en la demanda procedente de la India.

En el **Senegal**, los exportadores de mango ayudados por el ITC vieron aumentar sus exportaciones en un 7,7 % con respecto al ejercicio anterior tras haber participado en la feria de comercio FruitLogistica celebrada en Berlín. El ITC también trabajó con el sector del mango senegalés para mejorar la creación de marcas y la comercialización, sobre todo, con nuevas etiquetas y un nuevo logotipo.

En **Ghana**, el ITC, en colaboración con Fairtrade Africa, Chocolats Halba (filial del minorista suizo Coop) y la Unión de Agricultores de Kuapa Kokoo, demostró que la forja de alianzas entre las partes interesadas de la cadena de valor repercute positivamente en los ingresos de los agricultores, la diversificación de los cultivos y la agricultura climáticamente inteligente. Los 420 agricultores destinatarios directos del proyecto aumentaron sus ingresos en un 22 % en 2018.

En **Guyana, Jamaica** y la **República Dominicana**, el ITC y socios como el Instituto de Investigación y Desarrollo Agrícolas del Caribe (CARDI) han forjado alianzas entre marcas internacionales de productores de coco, agricultores e investigadores. Propiciaron inversiones corporativas valoradas en cerca de \$40 millones en proyectos de instalaciones de procesamiento, viveros y diversificación de cultivos.

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 de soluciones electrónicas ayuda a las mipymes a superar estas barreras.



1. Capacitación sobre empresas de comercio electrónico, El Salvador 2. Taller sobre comercio electrónico, Rwanda

Resultados principales



250 empresas de Rwanda han recibido capacitación sobre competencias de comercio electrónico



200 empresas pertenecientes a mujeres de América Central recibieron apoyo para conectar con mercados en línea de artículos de regalo y decoración del hogar

Aspectos destacados

En **Rwanda**, el ITC brindó apoyo a las mipymes para el desarrollo de capacidades para la comercialización de bienes y servicios en línea. Además de capacitar a unas 250 empresas sobre varios aspectos del comercio electrónico, como los estudios de mercado, la publicidad y el conocimiento de los mercados virtuales, el ITC capacitó a 17 «orientadores» que trabajarán directamente con empresas rwandesas. En colaboración con la empresa logística mundial DHL, el ITC diseñó un centro de servicios de comercio electrónico para brindar a las empresas rwandesas acceso a un servicio de asesoramiento inmediato así como asistencia con el almacenamiento, los inventarios, el embalaje, y la entrega de productos a clientes nacionales e internacionales.

En el **Senegal**, el ITC trabajó con el órgano de promoción del comercio, ASEPEX, y con Trade Point Senegal, una fundación respaldada por el Gobierno que fomenta el comercio electrónico, en la creación de made-in-senegal.org, una plataforma de comercio electrónico que ofrece más de 100 productos a la venta procedentes de 17 empresas.

El ITC está colaborando en **Qatar** con empresas industriales de tamaño medio para guiarles con los requisitos para el comercio B2B: generando contenidos, gestionando inventarios y trabajando con los fletes y la logística.

En seis países de América Central, el ITC está trabajando con socios de instituciones de apoyo al comercio y la

inversión (IACI) locales para conectar a 200 empresas pertenecientes a mujeres con el mercado mundial de artículos de regalo y decoración del hogar, a través de la mejora de la calidad de los productos y las ventas en línea.

En **Azerbaián**, el ITC está capacitando a empresas con experiencia en comercio electrónico en competencias avanzadas para el manejo de ofertas, facturas y pagos, así como para que comprendan la logística de la exportación y personalicen las ofertas comerciales en función de cada mercado en línea concreto.

El ITC capacitó a IACI de diez países de África, Sudamérica y Asia Central en materia de comercio electrónico, preparándolas para ayudar mejor a las empresas locales a fijar los precios de sus productos y posicionarlos en línea y para que sean competitivas en los mercados basados en internet.

Financiadores de 2018

Financiadores principales

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

Financiadores específicos del proyecto

Alemania, Banco de Desarrollo de Qatar, Banco de Desarrollo del Caribe, Banco Mundial, Canadá, Consejo de Becas de China, Coop Genossenschaft/Chocolats Halba/Sunray, Corporación Islámica Internacional para la Financiación del Comercio, Estados Unidos de América, Fondo Africano de Garantía, Fondo para los ODS, Fundación Max Havelaar, Países Bajos, Japón, Marco Integrado Mejorado, Organización Internacional del Trabajo, Organización Internacional para las Migraciones, Organización Mundial del Comercio, Organización para la Alimentación y la Agricultura, Países Bajos, Reino Unido, Suecia, Suiza, Una ONU, Unión Económica y Monetaria de África Occidental (UEMOA), Unión Europea

ESTUDIO DE CASO

Atraer a los fondos extranjeros de capital riesgo al sector tecnológico de Uganda



El desafío

Se dice que el talento se distribuye equitativamente, pero las oportunidades no. Por muy buenas que sean sus ideas empresariales, los emprendedores potenciales de numerosos países en desarrollo tienen que hacer frente a desafíos que sus homólogos de otros lugares, no. Pueden estar separados de los mercados por una estructura física débil. El crédito puede ser inaccesible; los obstáculos legales y regulatorios pueden no favorecer a las nuevas empresas.

En África, la economía digital ha reducido algunos obstáculos al acceso que afectan a los emprendedores. Las empresas tecnológicas de nueva creación llegan a los clientes a través de internet desde sus teléfonos móviles. Las plataformas facilitan el contacto entre proveedores y clientes, en su país, en cualquier otro lugar de África, y más allá. Sin embargo, las empresas de nueva creación más prometedoras tienen que hacer frente a grandes desafíos que afectan el acceso a la financiación. Las entidades bancarias suelen exigir altos niveles de garantías y tasas de interés que la mayor parte de las pequeñas empresas sencillamente no se los pueden permitir, por lo que dependen de préstamos de amigos y familiares. Muchas ven cómo se estancan sus empresas o, lo que es peor, cómo quiebran, no por su incapacidad para competir o por una propuesta de valor poco atractiva, sino por su necesidad de capital para funcionar y expandirse.

La respuesta

En el marco de la iniciativa del Fondo Fiduciario de los Países Bajos IV (NTF IV), una asociación plurinacional y multiproyectos con el Centro de Fomento de las Importaciones de los Países en Desarrollo (CBI) de los Países Bajos, el ITC ha estado trabajando para impulsar la competitividad internacional de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) del emergente sector de la tecnología de la información de Uganda.

La colaboración del ITC con el sector tecnológico de este país, que se remonta a 2014, funciona a tres niveles:

desarrollo de capacidades y apoyo al desarrollo empresarial internacional para empresas de nueva creación; alianzas con centros tecnológicos locales para reforzar el ecosistema empresarial; y coordinación con los ministerios y los organismos públicos para mejorar el contexto político.

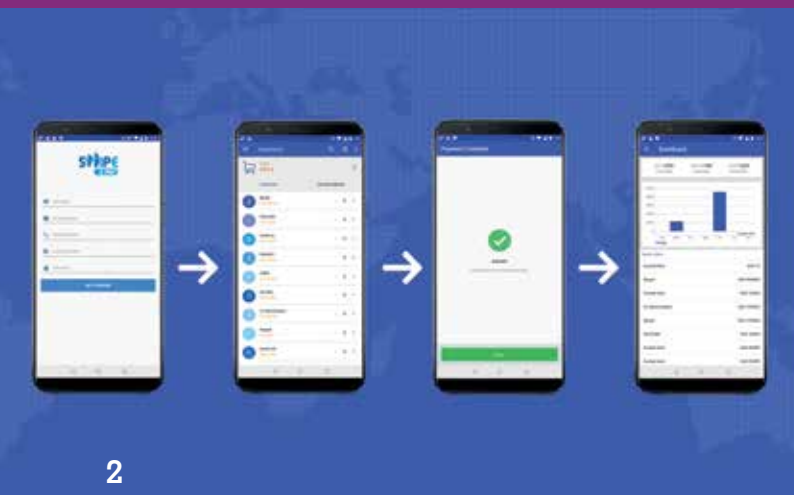
Empresas ugandesas prometedoras de sectores que van desde la tecnología financiera hasta el comercio electrónico, la educación y la agricultura reciben capacitación y servicios de asesoramiento adaptados a su grado de madurez y a su especialización, con el fin de ayudarles a desarrollar ideas empresariales y a ajustar los productos a la demanda del mercado. La participación en ferias de comercio regionales e internacionales fomenta los contactos entre empresas (B2B) con clientes potenciales. El ITC ha prestado especial atención a la creación de oportunidades para las empresas dirigidas por mujeres y, en términos más generales, a las mujeres en el sector tecnológico. Fundamentalmente, la organización ha procurado compensar la falta de capital riesgo local y de otras vías de financiación mediante el fomento de vínculos con inversores y socios internacionales.

Los resultados

Leapfrog Ventures, una empresa de capital riesgo radicada en Tokio y que fue una de las inversoras que llevó el ITC a Uganda, ha inyectado fondos en dos empresas ugandesas de nueva creación especializadas en la tecnología financiera, permitiéndoles salvar las restricciones de capital e invertir en la mejora de sus productos y acceder a nuevos mercados africanos.

Xente, que recibió una inversión de \$100 000 de Leapfrog Ventures, desarrolla sistemas de pago por teléfono móvil sin transacciones en efectivo para empresas africanas y sus clientes. Swipe2pay, que procesa pagos, opera empresas basadas en la nube y gestiona inventarios de minoristas y distribuidores tradicionales, recibió \$40 000, la primera inversión exterior que recibía la empresa.

Ambas empresas de nueva creación están asociadas con la



1. Mama Ali, propietaria de una tienda y usuaria de Swipe2pay 2. La aplicación Swipe2pay 3. Una empresa tecnológica de nueva creación de Uganda

labor desempeñada por el ITC en Uganda. Según el director ejecutivo de Swipe2pay, Solomon Kitumba, estos vínculos mejoraron su credibilidad ante Leapfrog Ventures cuando el ITC llevó al fundador del grupo japonés, Takuma Terakobu, a la capital ugandesa de Kampala.

«El hecho de que formáramos parte del NTF IV aumentó la confianza del inversor, en el sentido de que estábamos asociados con una organización de confianza y no operábamos solos», explicó Kitumba. «Esto ayudó a que aumentara su confianza y luego el ITC organizó una reunión para que nos conociéramos formalmente. Ahí es donde se esperaba que surgiera la magia y, sí, quedó hechizado». Señaló que Leapfrog Ventures valoró especialmente los esfuerzos de Swipe2pay para que las pequeñas empresas puedan utilizar datos sobre desempeño empresarial —en lugar de presentar garantías— para obtener acceso a pequeños préstamos.

El ITC también propició la reunión de Terakobu con Xente y su director general, Allan Rwakitunga. Durante dos días de presentación de propuestas, Rwakitunga y sus cofundadores se reunieron con el inversor japonés, que «dijo que le gustaban la empresa y el equipo y que quería invertir».

«Si el ITC no me hubiera invitado a Kampala, no habría conocido a las empresas de nueva creación ugandesas y aún no habría hallado ninguna oportunidad para invertir en Uganda.»

Takuma Terakobu, fundador de Leapfrog Ventures

Terakobu afirmó que Xente y Swipe2pay ofrecían soluciones de alta calidad para los desafíos que afectan al crecimiento de las empresas en África. «Si el ITC no me hubiera invitado a Kampala, no los habría conocido y aún no habría hallado ninguna oportunidad para invertir en Uganda», añadió.

Desde el lanzamiento de un fondo africano de \$4,5 millones en Kigali (Rwanda) en julio, Leapfrog Ventures ha invertido en nueve empresas de nueva creación en fase de gestación en África Oriental y está contemplando invertir en 200 empresas de nueva creación del continente en un período de tres años.

El futuro

Swipe2pay está utilizando la inversión para financiar la expansión de su capacidad de servicios informáticos y en la nube con el fin de pasar de brindar servicios a centenares de mipymes para servir a millares. La empresa tiene previsto un lanzamiento en Rwanda y Kenya a mediados de 2019.

Xente también alberga planes ambiciosos para mejorar sus productos y aumentar sus clientes tanto en Uganda como en otros cuatro mercados africanos.

El ITC trabaja actualmente en la aceleración de más de 50 empresas de nueva creación en Uganda y en la atracción de más inversión para el ecosistema empresarial local. Está previsto que se incorpore un nuevo grupo de emprendedores a mediados de 2019. Las metodologías desarrolladas por el equipo de desarrollo del sector tecnológico del ITC se han diseñado con el fin de que sean extensibles a Uganda y a cualquier otro lugar del África Subsahariana.



Financiador

Países Bajos

ESTUDIO DE CASO

Alianzas para la acción: Catalizar la inversión en el sector cocotero del Caribe



El desafío

Los agricultores y las empresas de pequeña escala de los países en desarrollo suelen tener problemas para conectar con las cadenas de valor nacionales, regionales e internacionales. Como resultado de ello, ni siquiera cuando la demanda mundial de los cultivos que producen es elevada se pueden beneficiar en términos de aumento de sus ingresos, flujos de efectivo y unos medios de subsistencia más resilientes.

El sector del coco del Caribe es buen ejemplo de ello. La demanda de aceite, agua, y otros productos derivados del coco se ha incrementado debido a los cambios en las preferencias de los consumidores en lo que a estilos de vida se refiere. Un estudio realizado por el ITC y la Duke University calcula que las ventas de agua de coco orgánico se duplicarán con creces, hasta los \$4 600 millones, de aquí a 2024. Pero los agricultores del coco del Caribe han percibido menos beneficios de este *boom* que sus competidores del Sudeste de Asia.

Un círculo vicioso de diez años de precios bajos, inversiones insuficientes y escasa vinculación con los mercados internacionales ha dejado al sector del coco del Caribe con plantaciones envejecidas e improductivas, vulnerables a las plagas y a enfermedades vegetales, junto con una reducida capacidad de procesamiento. Para reavivar la producción es necesario aumentar el suministro de semillas y plántulas de alta calidad. El aumento de la producción, sumado a la mejora de los vínculos con los mercados de consumo, ayudaría a mejorar los ingresos de miles de agricultores.

La solución

Para revitalizar el sector del coco del Caribe, el ITC y sus socios están trabajando desde 2014 en la facilitación de alianzas entre los agentes en todas las etapas del proceso, desde la investigación y el desarrollo hasta la formulación de políticas, pasando por la producción, el procesamiento y la comercialización. El objetivo consiste en catalizar la inversión hacia el aumento del suministro sostenible y las capacidades comerciales. El enfoque, denominado

«Alianzas para la Acción», combina el apoyo técnico y la inversión con conexiones con el mercado internacional, lo que se traduce en una mayor captura de valor y en ingresos más altos para pequeños agricultores del coco y para los pequeños y medianos procesadores.

Con el fin de mejorar la gobernanza del sector y salvar las brechas de competitividad en función de las necesidades, aunó esfuerzos con el Instituto de Investigación y Desarrollo Agrícolas del Caribe (CARDI), el Grupo de Estados de África, el Caribe y el Pacífico (ACP) y una red de socios locales y regionales. Con financiación de la Unión Europea, en total movilizaron a más de 2 000 productores de coco y a 450 funcionarios de servicios de divulgación agrícola, y forjaron alianzas orientadas al mercado en 11 países: Antigua y Barbuda, Barbados, Belice, Dominica, la República Dominicana, Jamaica, Guyana, Santa Lucía, San Vicente y las Granadinas, Suriname y Trinidad y Tobago.

Los formuladores de políticas, compradores, investigadores e instituciones de financiación están trabajando en todas las etapas de la cadena de valor con organizaciones lideradas por agricultores para reducir los riesgos y alinear las políticas con el fin de apoyar la expansión de la producción del coco y su comercialización. Como tienen que pasar entre cinco y ocho años desde que se planta un cocotero nuevo hasta que se pueden obtener cultivos comercializables, para crear flujos de ingresos estables durante ese tiempo, se está brindando apoyo a los agricultores para que apuesten por cultivos alternativos adecuados a su contexto local, como cacao, bananas y pimientos, y a organizar la producción con valor añadido del agua, el aceite y la leche de coco.

El proceso ha requerido de apoyo técnico y político, como servicios de extensión agrícola para los agricultores y asistencia para los procesadores con el fin de que cumplan los estándares internacionales de salud y seguridad.

Los resultados

A cuatro años de la ejecución, los impactos del proyecto son visibles a tres niveles: inversión, creación de redes, y capacidad técnica y capacitación.



1. Vivero de cocos, República Dominicana 2. Capacitación sobre técnicas agrícolas, República Dominicana 3. Capacitación sobre desarrollo de productos 4. Agricultor capataz, Guyana

La mejora del panorama económico del sector a largo plazo ha allanado el terreno para nuevas inversiones a escala comercial en la industria cocotera de la región. En Jamaica, socios como la Junta de la Industria del Coco (CIB), el Consejo de Investigación Científica (SRC), el Organismo de Desarrollo Agrícola y Rural (RADA) y el Banco de Desarrollo de Jamaica (BDJ), junto con Red de Inversión y Financiación en favor de las Pymes Agrícolas y los Pequeños Agricultores (SAFIN), han creado un mecanismo de financiación sostenible para pequeños agricultores, con la obtención de compromisos de inversión, por más de \$22 millones, adquiridos por importantes empresas y por cooperativas y pequeños productores locales como Barnhill Organics y Swaby's. En Guyana, la inversión prevista de \$16 millones se destinará al desarrollo de nuevas instalaciones de procesamiento de productos como el coco desecado, el aceite de coco y la turba procedente de la cáscara del coco. En la República Dominicana, Bananos Ecológicos de la Línea Noroeste (BANELINO), una organización de agricultores familiares que cultivan bananos orgánicos, certificados por Fairtrade, para la exportación, se unió a la red Alianzas para la Acción con el fin de diversificar la producción y aumentar la seguridad de los ingresos y la resiliencia al clima.

Las alianzas entre organismos públicos, pequeñas y medianas empresas, grupos de agricultores, instituciones de financiación del desarrollo y privadas y el sector del turismo han ayudado a mejorar el entorno empresarial y a reducir los riesgos del sector del coco del Caribe, velando al mismo tiempo por que se escuche la voz de los pequeños agricultores en los procesos de formulación de políticas. La intensificación de los lazos entre los agricultores y los procesadores promete acelerar el paso de los cocos a los mercados de productos de valor añadido.



La mejora de las perspectivas del sector del coco del Caribe generó compromisos de inversión por valor de \$40 millones

Más de 2 000 agricultores, una cuarta parte mujeres, han recibido capacitación sobre técnicas de agricultura sostenible, incluidas prácticas agrícolas climáticamente inteligentes diseñadas para mantener la producción y los ingresos frente al cambio climático. Para ampliar la escala de este trabajo, se ha establecido un sistema de aprendizaje e intercambio de conocimientos entre pares con 600 agricultores, que ahora están mejor relacionados con los servicios de extensión e investigación, los compradores y los inversores. Treinta empresas agroprocesadoras están también conectadas con pequeños agricultores y han recibido capacitación sobre el cumplimiento de los estándares internacionales de calidad y seguridad alimentaria, así como sobre métodos de producción lean orientados a la reducción de residuos.

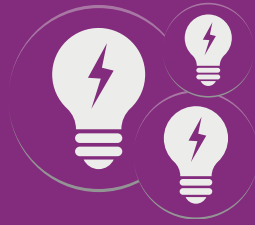
El futuro

Con el respaldo del Consejo para el Comercio y el Desarrollo Económico de la Comunidad del Caribe y de la Dirección del Foro del Caribe, el ITC y el CARDI presentaron una propuesta a la Unión Europea para la segunda parte del proyecto, que tendrá por objeto aumentar su impacto y su escala, y prestará mayor atención a la agricultura climáticamente inteligente, de 2019 a 2023.



Financiador

Unión Europea



Conectar a las empresas afganas con las cadenas de valor internacionales



El desafío

Cuatro décadas de conflicto han devastado la economía del Afganistán y han dejado al país con una de las mayores diásporas de personas desplazadas. La guerra arrasó con la infraestructura física y deterioró los antiguos vínculos comerciales y de transporte de los que había disfrutado el país durante largos años. El efecto en la fuerza de trabajo nacional aún fue más dramático. Seis millones de afganos residen ahora en el Irán, Pakistán y otros países, y se calcula que dos millones más se han desplazado de sus hogares dentro del Afganistán. Casi el 15 % de los refugiados del mundo proceden del Afganistán, un porcentaje tan solo superado por Siria. Desde que comenzó la repatriación a gran escala en 2002, más de 5,2 millones de refugiados afganos han regresado voluntariamente a su país. La circulación transfronteriza prosigue en ambas direcciones, entre el Afganistán y sus países vecinos. Además de las presiones ejercidas por los desplazamientos, está la sequía, que se ha visto agravada por el cambio climático y que afecta a la agricultura y, de este modo, a los medios de subsistencia de las zonas rurales donde reside hasta el 70 % de la población del país.

El Afganistán, que se adhirió a la Organización Mundial del Comercio en 2016, tiene un gran interés en utilizar el comercio para impulsar el crecimiento inclusivo, el desarrollo y la creación de empleo como una vía para consolidar la paz nacional y la estabilidad. La generación de empleo, en especial para los jóvenes y las poblaciones rurales, es esencial tanto para la estabilidad social como para dar a los migrantes potenciales o que retornan un incentivo para quedarse. La adición de valor — la clave para que haya más y mejor empleo — es una máxima prioridad para los formuladores de políticas y para el sector privado. En un trabajo realizado con el apoyo del ITC, el Gobierno afgano ha llevado a cabo amplias consultas con el sector privado para identificar oportunidades de mercado internacionales y para formular una estrategia nacional de exportación, y también empezó a revisar la política comercial y el entorno empresarial con el fin de eliminar los cuellos de botella que afectan a las exportaciones.

Aunque las reformas nacionales, aunque vayan de la mano de una reducción de los obstáculos en los mercados de

exportación, no son suficientes para que se produzca el comercio. Es necesario, pero no suficiente, que las empresas afganas cumplan los estándares de los productos internacionales; además, deben forjar vínculos con homólogos de otros países.

A pesar de tantos años de conmovión, algunos sectores de la economía afgana siguen aprovechando el abundante patrimonio nacional para fabricar productos artesanales de alta calidad como prendas de vestir, seda y cachemira, así como productos alimenticios como el azafrán, los frutos secos y los frutos de cáscara. Pero hasta estas empresas tienen problemas para acceder a las cadenas de valor internacionales.

La solución

La Iniciativa de Moda Ética del ITC está trabajando en la mejora de los medios de subsistencia afganos de miles de artesanos y agricultores dedicados a los sectores de la moda y la alta cocina conectándolos para ello con nichos de mercado lucrativos en Europa y en todo el mundo. El objetivo es usar el comercio responsable, anclado al marco de desarrollo de capacidades y cumplimiento con el comercio ético del ITC, para aumentar los ingresos y crear puestos de trabajo, en especial para las personas desplazadas, las personas que retornan y los migrantes potenciales.

En Kabul y en la ciudad occidental de Herat, el ITC ha unido fuerzas con seis empresas locales, dos de los sectores de la seda y las prendas de vestir y las otras cuatro dedicadas al azafrán, los frutos secos y los frutos con cáscara, ayudándoles con las conexiones con los mercados y brindándoles asesoramiento para el desarrollo de productos, así como conocimientos técnicos para mejorar los procesos empresariales y aumentar la calidad y la eficiencia.

Se han forjado vínculos de mercado con compradores entre los que figuran chefs de restaurantes de los Estados Unidos de América, el minorista español de especias Fleur de Sel, y la marca de moda radicada en Berlín, Zazi



1. Saleh Mohamed, maestro tejedor y experto en tintura 2. Bordado 3. Ali Latiff, un hilandero de seda de Herat 4. Seleccionando frutos secos



\$ 450 000
en el primer año de ventas
de exportación de artículos afganos
de moda y de alta cocina

Vintage. Las mipymes del sector de la alimentación recibieron servicios de asesoramiento sobre la mejora del envasado de los productos, la calidad, la trazabilidad y el cumplimiento con el código de conducta de la Iniciativa de Moda Ética en lo que respecta a las prácticas laborales, la igualdad de género y la protección del medioambiente. El ITC está trabajando con una red de aproximada 30 hilanderías de seda, tejedurías y expertos en tintes naturales para producir nuevos tejidos para socios internacionales, y para catalizar la inversión hacia el aumento de la capacidad de producción con equipos de hilado importados de la India.

Una de las empresas sociales, Zarif Design, ha creado una empresa conjunta con Zazi Vintage para fabricar una línea de prendas de vestir hecha en el Afganistán, que está previsto que salga a la venta en la primavera de 2019 en MatchesFashion.com, un minorista en línea de productos de lujo.

En su primer año de ejecución, la iniciativa ya ha generado ventas por valor de \$450 000, principalmente de azafrán vendido a compradores del Canadá, España y los Estados Unidos de América. Ha contribuido a la creación de puestos de trabajo y al aumento de los ingresos de unos 300 artesanos y agricultores, muchos de ellos migrantes que han retornado y desplazados internos, y se benefician de las ventas aproximadamente 1 000 personas de la red global de proveedores.

El futuro

Tras la recepción de financiación adicional, el ITC tiene previsto aprovechar las alianzas forjadas en el Afganistán para expandirlas a más productos, mercados y empresas sociales, ampliando sus contribuciones al desarrollo sostenible y la consolidación de la paz.

Los futuros trabajos alentarán la adopción de técnicas agrícolas climáticamente inteligentes diseñadas para mitigar los efectos de la sequía, que ahora está desplazando a tantas personas como el conflicto en el Afganistán. Además, promoverá la diversificación para reducir la exposición de los hogares a los vaivenes de los precios y la demanda. En la práctica, esto se traducirá en que un mismo hogar dedicado a la agricultura tendrá múltiples fuentes de ingresos, algunas relacionadas con los alimentos, como las moras o las almendras, y otras relacionadas con la moda, como los capullos de seda o las cabras de cachemira. Será necesario cambiar las prácticas actuales mediante las cuales los agricultores suelen comercializar tan solo un cultivo y producir otros en pequeñas cantidades.

También se prestará atención a la atracción de nuevas inversiones para las empresas sociales afganas.

1 FIN DE LA POBREZA



Financiador

Unión Europea

Promoción e integración de un comercio inclusivo y ecológico

Empoderamiento comercial de las mujeres

A través de la iniciativa SheTrades, 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



Compromisos para conectar a **1 millón** de mujeres con los mercados a través de la iniciativa SheTrades, dos años antes de que venza el plazo original de 2020
Nuevo objetivo: 3 millones para 2021



\$10 millones en financiación de inversiones confirmadas para mujeres empresarias de Ghana, Kenya, Nigeria y Zambia a través de SheTrades Invest



\$19 millones en oportunidades de negocio generadas para empresas pertenecientes a mujeres

Aspectos destacados

En 2018, la iniciativa SheTrades del ITC capacitó a prácticamente 4 000 mujeres empresarias para que mejorasen la competitividad internacional de sus empresas. Muchas de ellas participaron en ferias comerciales y eventos B2B, generando oportunidades de negocio por valor de \$19 millones.

SheTrades para el Commonwealth se lanzó en abril con el fin de impulsar el crecimiento económico y la creación de empleo en **Bangladesh, Ghana, Kenya y Nigeria**, así como en otros miembros del Commonwealth, aumentando para ello la participación de las empresas pertenecientes a mujeres en el comercio internacional y brindando a los formuladores de políticas y a los negociadores comerciales datos y análisis mejorados para lograr que el ecosistema comercial tenga más en cuenta las cuestiones de género.

El nuevo centro de **SheTrades para el Oriente Medio y África del Norte** (MENA) empezó a conectar a mujeres empresarias de la región con mercados internacionales, poniendo en marcha actividades de desarrollo de capacidades sobre logística y costos de envío, procedimientos de exportación, comercialización en las redes sociales y comercio electrónico.

En el plano nacional, los Gobiernos de **Gambia y Zambia** invitaron al ITC a crear secciones nacionales de SheTrades, que apoyan a las mujeres empresarias y alientan a los gobiernos locales y al sector privado a que hagan más por el empoderamiento de las mujeres en la economía.

El ITC forjó nuevas alianzas con el sector privado para apoyar el empoderamiento económico de las mujeres. El gigante de la logística **UPS** está brindando asistencia técnica para el desarrollo de competencias de logística entre mujeres empresarias de **México, Nigeria**, los **Emiratos Árabes Unidos y Viet Nam**.

En colaboración con **GroFin**, una empresa dedicada a la financiación para el desarrollo, el ITC lanzó **SheTrades**



1. Lanzamiento del centro de SheTrades para el Oriente Medio y África del Norte, Dubái 2. Evento de SheTrades para el Commonwealth, Bangladesh

Invest, una iniciativa que inyectará \$10 millones de financiación a pequeñas empresas de rápido crecimiento pertenecientes a mujeres de África y el Oriente Medio.

En línea con la Declaración de Buenos Aires sobre las Mujeres y el Comercio en 2017, el ITC brindó conocimientos técnicos, contenido y apoyo para la creación de redes en una serie de seminarios técnicos dirigidos a miembros de la OMC sobre cuestiones como las relaciones entre las mujeres empresarias y la contratación pública, las cadenas de valor internacionales y la mejora de la inclusión financiera.

En la conferencia de SheTrades Global celebrada en junio en Liverpool se dieron cita unas 500 mujeres empresarias que participaron en centenares de reuniones B2B con compradores e inversores, así como en competiciones empresariales de las que surgieron ofertas de inversión para empresarias por parte de GroFin, Maersk y Balloon Ventures.

El ITC también actualizó la app y el sitio web de SheTrades para que sean más eficaces con conexiones de internet de baja calidad y también para facilitar mejor el establecimiento de contactos entre compradores y empresas pertenecientes a mujeres. Ya son más de 2 500 las empresas que se han conectado a través del sitio web, facilitando la creación de redes, las transacciones comerciales y el intercambio de información entre mujeres sobre cómo hacer negocios a través de las fronteras.

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



> 1 200 oportunidades nuevas de empleo generadas por la Iniciativa de Moda Ética en el Afganistán, Burkina Faso, Haití y Malí.



Incremento medio del 150 % en los ingresos de los artesanos participantes en la Iniciativa de Moda Ética de Haití, Burkina Faso y Malí



> \$800 000 en ventas totales generados en 2018

Aspectos destacados

En el seno de sus empresas sociales en todo el mundo, la Iniciativa de Moda Ética (IME) del ITC impartió en 2018 actividades de capacitación para ampliar las competencias de los trabajadores en distintas áreas, desde la tejeduría, la tintura y la fabricación de complementos hasta la gestión general de negocios. La organización ajustó su sistema de cumplimiento y trazabilidad a los requisitos industriales y realizó evaluaciones sobre el salario mínimo vital en Nepal, Etiopía, Vanuatu, Burkina Faso y Malí.

En **Burkina Faso**, los compradores internacionales y las comunidades de trabajadores desarrollaron conjuntamente nuevos productos textiles y de interiores, como bolsas, camisetas y fundas de almohadas, tanto para la exportación como para la venta en dos nuevas salas de exposiciones inauguradas en la capital, Uagadugú. La empresa social de la IME en el país colaboró con United Arrows, un minorista japonés, en el desarrollo de nuevos patrones y hechuras, durante el transcurso del cual los trabajadores aprendieron sofisticadas técnicas que pueden aplicar a su propia producción en el futuro. Además, Vivienne Westwood, que colabora con la IME desde hace tiempo, empezó a trabajar con artesanos de Burkina Faso en 2018.



1. Hilado de seda, Afganistán 2. Tintura natural, Malí 3. Artesana de la Iniciativa de Moda Ética, Burkina Faso

En el **Afganistán**, compradores de los sectores de la moda y la alimentación de Europa y de los Estados Unidos de América empezaron a adquirir bufandas, prendas de vestir, azafrán y frutos secos de empresas sociales de Kabul y Herat.

En **Haití**, el ITC ha concluido con éxito su proyecto, dejando tras de sí la empresa social como una entidad empresarial independiente y comercialmente viable que seguirá trabajando con artesanos haitianos con arreglo a los principios de conformidad y trazabilidad de la IME.

En Italia, el ITC mantuvo su colaboración con la cooperativa social Lai-momo para capacitar a 35 emigrantes de Burkina Faso, Gambia y Malí en la producción de bolsos de cuero y el control de la calidad, competencias que ya están empleando para fabricar productos para Fendi y Gucci dirigidos al mercado italiano. El ITC extendió las actividades de la Iniciativa de Moda Ética a **Côte d'Ivoire**, el **Irán**, **Kenya**, **Malí**, **Tayikistán**, **Uganda** y **Uzbekistán**.

Para ampliar su alcance y multiplicar su impacto, el ITC ayudó a crear la Alianza de las Naciones Unidas para la Moda Sostenible, un equipo de trabajo formado por entidades de las Naciones Unidas con labores relacionadas con la moda. La IME también se asociará con la organización African Fashion Fund para lanzar el Fondo de Impacto para África, de 100 millones de euros, con el que se quiere apoyar a diseñadores africanos con talento y a emprendedores que se dediquen a los sectores de la moda y los estilos de vida.

Juventud y comercio

El programa Jóvenes y Comercio adopta un enfoque orientado al mercado para fomentar el emprendimiento de los jóvenes y su empleabilidad. En colaboración con instituciones de apoyo al comercio, incubadoras, aceleradores, instituciones de enseñanza y formación técnica y profesional (EFTP) y agentes del sector privado, se prepara a los jóvenes con competencias para el empleo con el fin de que puedan aprovechar las oportunidades del mercado y crear o ampliar su propias microempresas, pequeñas y medianas empresas (mipymes).

Resultados principales



1 000 jóvenes con capacitación en emprendimiento y análisis de mercados



1 528 jóvenes de África Occidental 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 en los que se podía ganar un premio en metálico, capacitación y mentoría



27 EFTP e instituciones de apoyo al emprendimiento recibieron apoyo para ejecutar programas pertinentes para el mercado dirigidos a los jóvenes

Aspectos destacados

El ITC celebró el primer **Foro de Emprendimiento Juvenil y Autoempleo (YES) de la historia** en Dakar (Senegal) para intercambiar buenas prácticas e historias inspiradoras sobre jóvenes que ponen en marcha negocios en África Occidental. En el evento organizado en colaboración con el Gobierno del Senegal, la Organización Internacional del Trabajo, otros organismos de las Naciones Unidas y Jokkolabs, un grupo empresarial senegalés, los gobiernos participantes, empresas de servicios financieros y otras instituciones adoptaron una declaración para fomentar el empoderamiento económico de los jóvenes.

En el marco del programa Empoderamiento de los Jóvenes en **Gambia**, el ITC lanzó el Fondo para las Competencias y el Empleo Juvenil (fondo SKYE) para impulsar las competencias para el mercado de trabajo entre los jóvenes. Este fondo



4



5

4. Foro de Emprendimiento Juvenil y Autoempleo, Senegal 5. Empresarios sociales presentan sus ideas, WEDF 2018, Zambia

vincula el apoyo financiero a los proveedores de capacitación a su eficacia a la hora de satisfacer las necesidades del mercado laboral local. El objetivo consiste en reducir al mínimo el fenómeno de los jóvenes que asisten a programas de capacitación para luego terminar desempleados.

El ITC celebró dos concursos de presentación de propuestas en los que los jóvenes emprendedores sociales podían ganar premios en metálico y mentoría. En el Foro Mundial para el Desarrollo de las Exportaciones, celebrado en Zambia, donde el concurso se organizó con el programa Accelerate 2030 y una incubadora de empresas local, Nyamuka, la ganadora fue DEXT Technology, una empresa de nueva creación de Ghana que desarrolla herramientas para ampliar las competencias de los jóvenes en los ámbitos de la ciencia, la tecnología, la ingeniería y las matemáticas. El segundo concurso, celebrado durante el Foro YES en colaboración con la Agence Sénégalaise de Promotion des Exportations (ASEPEX), la ganadora fue Lafricamobile, una plataforma digital senegalesa que conecta a las mipymes con operadores de telecomunicaciones para ayudarles a optimizar los costos.

El ITC desarrolló una herramienta para la evaluación comparativa de las instituciones de EFTP basándose en métodos existentes de la organización para evaluar y comparar la eficacia de las instituciones de apoyo al comercio y la inversión. En Sri Lanka, la herramienta se probó con cinco instituciones, que la encontraron útil para mejorar el desempeño y adaptar la capacitación a las necesidades del mercado laboral. El ITC también realizó un análisis de redes del ecosistema de apoyo empresarial en Sri Lanka para conocer las carencias y los solapamientos en los métodos de colaboración de las incubadoras, los aceleradores y otras instituciones, y determinar cómo podrían ayudar a los jóvenes emprendedores de forma más eficaz.

Comercio para el desarrollo sostenible

El programa 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 con un uso eficiente de los recursos, y promover el cumplimiento con las normas voluntarias.

Resultados principales



> 55 000 usuarios de Sustainability Map, la plataforma de conexión con los mercados orientada a la sostenibilidad



> 1 400 formuladores de políticas, asociaciones industriales y representantes empresariales capacitados en normas de sostenibilidad voluntarias, oportunidades de acceso al mercado y la utilización de las herramientas de sostenibilidad del ITC



40 empresas de Marruecos y Kenya mejoraron la resiliencia a los riesgos de origen climático

Aspectos destacados

Sustainability Map, el portal para el comercio sostenible del ITC, se amplió para incluir perfiles públicos de más de 55 000 empresas —compradores, procesadores, fabricantes y productores— permitiéndoles exhibir sus prácticas de sostenibilidad y conectar entre ellas. El módulo sobre estándares del sistema, conocido como Standards Map, facilita información detallada sobre 250 iniciativas de sostenibilidad, ayudando a los productores a comprender cómo cumplir y obtener la certificación.

Para el fondo **eco.business**, una iniciativa de inversión en favor de la sostenibilidad respaldada por bancos públicos de desarrollo e inversores de impacto privados, el ITC desarrolló una herramienta de evaluación comparativa que utiliza datos de Standards Map para ayudar a determinar si



1-2. Industria de flores cortadas, Kenya ©ITC/Tardy 3. Fábrica de té, Kenya ©ITC/Tardy

las empresas cumplen suficientemente los criterios de sostenibilidad relacionados con la biodiversidad y la conservación de los recursos para recibir financiación. El fondo extiende el crédito a bancos locales de América Latina, que ahora utilizan la herramienta para evaluar las prácticas de sostenibilidad de posibles prestatarios del sector agrícola, principalmente agricultores y cooperativas.

La plataforma de creación de redes empresariales de la Iniciativa de Comercio Ético (ICE), una alianza de empresas, sindicatos, y grupos de la sociedad civil para promover los derechos de los trabajadores, se ha incorporado a la plataforma **SustainabilityXchange** (SxC) del ITC. Gracias a esta fusión, fue posible extender la plataforma del ITC, que ayuda a los agentes de la cadena de suministro a acceder a información sobre producción sostenible, más allá de la agricultura. La maniobra se ha amortizado en términos de expansión del alcance de la plataforma: el tráfico en línea se ha duplicado con creces, y más de cuatro quintas partes de los nuevos registros proceden de la comunidad de la ICE.

El ITC sentó las bases para una nueva plataforma en línea, **ITC Gateway**, para mejorar la sostenibilidad social de las cadenas de valor de los textiles y las prendas de vestir. En colaboración con el proyecto Social & Labor Convergence, una iniciativa de empresas, organismos de normalización, verificadores, gobiernos y grupos de la sociedad civil que pretende mejorar las condiciones laborales de los sectores de la confección y el calzado, el ITC capacitó a más de 400 instalaciones, verificadores y marcas para que sus auditorías sociales y laborales sean más eficaces y eficientes.

El ITC organizó con éxito la primera edición del **Premio a las Ciudades de la Unión Europea Promotoras del Comercio Justo y Ético**, una iniciativa de la Unión Europea para reconocer y premiar a las autoridades locales que apoyen el comercio sostenible. La ciudad belga de Gante recibió el máximo galardón en 2018. Esta ciudad trabajará con el ITC en un proyecto destinado a reforzar la capacidad de las autoridades públicas locales de los países en desarrollo para mejorar el comercio justo y ético en los ecosistemas empresariales locales.

En las industrias textiles y de agroprocesamiento de **Marruecos** y en los sectores del té, el café y las flores cortadas de **Kenya**, el ITC ayudó a 40 mipymes a formular estrategias de adaptación al clima y a identificar inversiones específicas para aumentar la resiliencia climática. En colaboración con compradores internacionales, instituciones financieras y asociados del sector de la tecnología verde, las empresas ya están ejecutando estrategias, por ejemplo, para la obtención de certificaciones internacionales de gestión ambiental o para sustituir la leña por energía solar.

El estado de *los mercados de sostenibilidad: estadísticas y nuevas tendencias 2018*, la publicación anual del ITC, el Instituto de Investigación sobre Agricultura Orgánica (FiBL) y el Instituto Internacional de Desarrollo Sostenible (IISD), ofrece información sobre la evolución de la agricultura y la silvicultura certificadas.

Financiadores de 2018

Financiadores principales

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

Financiadores específicos del proyecto

Alemania, Australia, Canadá, Citibank, Comité de Enlace Europa-África-Caribe-Pacífico, Consejo de Becas de China, Consejo Noruego para los Refugiados, Corporación Islámica Internacional para la Financiación del Comercio, Dinamarca, Estados Unidos de América, Finance in Motion, Fondo Africano de Garantía, Fondo Mundial para la Naturaleza, Francia, Fundación Max Havelaar, Japón, Malí, McDonalds, Organización Internacional para las Migraciones, Organización para la Alimentación y la Agricultura, Países Bajos, Plataforma Iniciativa para una Agricultura Sostenible, Reino Unido, Suecia, Suiza, Una ONU, Unión Europea

ESTUDIO DE CASO

Financiar el emprendimiento y la creación de empleo en Gambia



El desafío

Para los países que tienen que lidiar con altas tasas de desempleo y subempleo, el emprendimiento representa una vía potencial para la creación de más y mejores puestos de trabajo, en especial para los jóvenes. Tal es el caso de Gambia, donde la falta de oportunidades laborales para los jóvenes ha sido un factor de peso que ha contribuido a engrosar los altos índices de emigración irregular a destinos de África y Europa.

Pero los emprendedores de este país de África Occidental se enfrentan a un serio obstáculo a la hora de poner en marcha y ampliar una empresa: la falta crónica de financiación. El crédito del sector privado en Gambia equivale a solo el 15 % del producto interior bruto (PIB), muy por debajo de la media de África Occidental, que se sitúa en el 59 %. El acceso a la financiación es particularmente complicado para los jóvenes emprendedores, que indican que las altas tasas de interés y los requisitos de garantías muy superiores al valor del préstamo, merman su capacidad para lanzar nuevas empresas y aumentar la inversión para la creación de empleo. Las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes), que absorben la mayor parte del empleo en Gambia y en todo el mundo, tienen más problemas que sus competidoras de mayor tamaño para obtener financiación.

La respuesta

En el marco del proyecto Empoderamiento de los Jóvenes, una iniciativa de carácter más amplio para promover el desarrollo de capacidades y la creación de oportunidades de trabajo decente para los jóvenes en Gambia, el ITC ha establecido tres programas conexos para ayudar a los emprendedores y a las empresas a acceder a capital para empresas de nueva creación y capital circulante.

El primero es un programa de minisubvenciones dirigido a emprendedores comunitarios, con el fin de que puedan adquirir equipos, materiales, permisos y otros insumos críticos para el negocio. Los solicitantes presentan planes en los que describen sus ideas empresariales, y reciben el equivalente de hasta \$1 000, junto con capacitación sobre planificación y práctica financiera.

Para poner en marcha las minisubvenciones, el ITC se ha asociado con la Asociación Nacional de Cooperativas de Crédito de Gambia (NACCUG), una institución financiera local. Los solicitantes que prosperen presentan presupuestos de las adquisiciones previstas a la NACCUG, que adquiere los productos directamente de los proveedores y los suministra a los subvencionados.

Para los jóvenes emprendedores gambianos y las mipymes que actualmente no pueden acceder a créditos bancarios, el programa de minisubvenciones ofrece productos de

Bubacarr Jaiteh

Tras intentar acceder a Europa por la puerta de atrás y acabar en prisión con fianza en Libia, Bubacarr regresó a Gambia en agosto de 2017. Compró 75 pollos con la intención de vender la carne y los huevos a los vecinos de su pueblo, situado cerca de la capital, Banjul.

Con la minisubvención que recibió en abril de 2018, Bubcarr compró más pollos y también pienso y equipos de alimentación. Su empresa, Sonaba Poultry, ya está registrada oficialmente, con 2 empleados a tiempo completo y más de 1 000 pollos. Las ventas a pequeñas tiendas de comestibles y supermercados impulsaron sus beneficios hasta los \$1 300 a los seis meses de recibir la minisubvención, prácticamente el doble de lo que había previsto.





1. Amet Faal, propietario, Black Star Shop 2. Muhammed Sanneh, director, Sanneh's Tailoring and Fashion Design Pipeline

crédito a un interés reducido y con modestas garantías, y el ITC presenta garantías de crédito parciales. Los préstamos, por un valor medio previsto de \$3 000 y un tope máximo de \$10 000, tienen por objeto actuar como fondos para la adquisición de equipos y capital circulante para el crecimiento de hasta 580 emprendedores y pequeñas empresas ya existentes.

Por último, para las empresas de alto crecimiento, el ITC está creando una red de inversores providenciales que brindará a los jóvenes gambianos acceso a capital y mentoría. Entretanto, para los inversores potenciales, actuará como un canal transparente e imparcial para evaluar acuerdos potenciales en el país.

Los programas de financiación sirven para complementar la labor del proyecto Empoderamiento de los Jóvenes, cuyo propósito es crear en Gambia un ecosistema más propicio para las empresas nuevas y en fase de crecimiento utilizando para ello ayudas públicas específicas con el fin de aprovechar la inversión financiera para la capacitación y la adición de valor para la agricultura, la manufactura y los servicios. «Tekki fii!» —que en wólof significa «fabrícalo aquí»— es uno de los eslóganes asociados al proyecto: si aumentan las oportunidades de trabajo digno en el país, los jóvenes gambianos comprenderán que tienen alternativas a la «puerta de atrás» que es como se refieren localmente al peligroso viaje terrestre a través de los países africanos vecinos y por el mar Mediterráneo para llegar a Europa.

Los resultados

A finales de 2018, un grupo especial de representantes del proyecto Empoderamiento de los Jóvenes, la NACCUG, el Gobierno de Gambia y tres asociaciones de empresas juveniles habían aprobado 97 minisubvenciones —poco menos de una de cada cuatro solicitudes— por un valor total de aproximadamente \$85 000. Los subvencionados, 36 de ellos mujeres, han utilizado los fondos para inaugurar o expandir empresas en sectores que van desde la avicultura y la ganadería hasta los servicios de alimentación y la confección. Registran ingresos más altos, normalmente más de lo previsto, y las empresas más exitosas ya han contratado a nuevos trabajadores.

Entretanto, el programa de minisubvenciones ha desembolsado cerca de \$35 000, permitiendo la expansión de ocho empresas de sectores como la moda, la avicultura y los servicios de alimentación. Los fondos proceden directamente de la institución financiera asociada, el Fondo de Desarrollo Social, una institución de financiación para el desarrollo sin fines de lucro supervisada por el banco central de Gambia, que fue seleccionada para gestionar el programa tras un proceso de licitación competitiva. Presentó las mejores ofertas en términos de bajos requisitos de garantías —permitiendo la presentación de los equipos adquiridos como su propia garantía— y tasas de interés anuales de hasta el 10 % frente a las tasas del mercado, que rondan el 18 %.

Isatou Jobe

Después de haber trabajado en restaurantes del sector del turismo de Gambia, Isatou utilizó una minisubvención para abrir un restaurante en su ciudad natal, Farafenni, situada en la región de la Orilla Norte de su país.

Su restaurante, donde esta mujer de 21 años sirve desayunos, comidas y cenas, ya da empleo a tres mujeres.

Isatou afirma que la capacitación que recibió junto con la subvención le ha ayudado a gestionar las finanzas de su negocio con mayor eficacia.





3



4

3. Kebba Tiyana, fundador y director, Tiyana's Organic Farm Enterprise 4. Adama Bittaye, propietaria, A2 & Sons Enterprise

Mam S. Danso

Tras ganar una minisubvención, esta mujer de 32 años pudo adquirir máquinas de confección y equipos de oficina para abrir una empresa de prendas de vestir en su pueblo natal, Jarumeh Koto, situado en el distrito de Sami, en la región de la Ribera Central.

Gracias a la fuerte demanda registrada durante los festivales religiosos obtuvo beneficios por valor de \$400 incluso después de pagar su salario y el de sus dos empleados.

Mam no echa de menos sus antiguos trabajos en Banjul y ahora aspira a ser una de las mayores empresarias de la región.



El futuro

Inicialmente, el programa de minisubvenciones se proponía llegar a 250 subvencionados para 2021, aunque, dada la elevada demanda que existe, esta cifra —y los requisitos financieros asociados— se podría incrementar.

Está previsto ampliar el programa en 2019, acompañándolo de actividades de divulgación para explicar el mecanismo a prestatarios potenciales.

El ITC apoyará a la NACCUG y al Fondo de Desarrollo Social para construir un nexo de unión entre los dos programas con el fin de ayudar a los destinatarios de las minisubvenciones que tengan éxito a que sigan accediendo a crédito para aumentar sus empresas. Se está trabajando en la forja de alianzas y los preparativos en materia de personal para lanzar la Red de Inversores Providenciales de Gambia en coordinación con el ecosistema regional de inversión providencial, fundamentalmente por medio de una alianza con la Red Africana de Ángeles Inversionistas.



Financiador

Unión Europea

ESTUDIO DE CASO

Aprovechar la tecnología y el comercio para crear puestos de trabajo para los refugiados y las comunidades de acogida en Kenya



El desafío

Las crisis planteadas por los desplazamientos ya se han convertido en un elemento del paisaje político. Los números de personas desplazadas forzosamente de sus hogares sigue alcanzando máximos históricos: 68,5 millones de personas, según el ACNUR, la Agencia de las Naciones Unidas para los Refugiados, más de 25 millones de ellos a través de las fronteras como refugiados.

Cerca del 85 % de las personas desplazadas de todo el mundo están en países en desarrollo, y viven en comunidades que, en términos materiales, apenas están mejor. Además, más de la mitad de los refugiados mundiales se encuentran en lo que se conoce como situaciones «prolongadas», es decir, llevan exiliados en un país de asilo más de cinco años. Seis millones y medio de refugiados llevan exiliados más de diez años.

El alcance y la duración de las situaciones de desplazamiento actuales han superado los límites de la política y la práctica, que, a menudo, se remontan a la era posterior a 1945. Por ejemplo, las agencias humanitarias solían ofrecer servicios de alfabetización, escolaridad básica y formación profesional en áreas como la confección, la carpintería y, en los últimos años, la tecnología de la información. Pero esta labor de desarrollo de capacidades normalmente se llevaba a cabo al margen de los mercados laborales.

Para las personas desplazadas, la conexión de las competencias con la demanda real del mercado crea oportunidades para obtener ingresos y adquirir conocimientos y experiencia que les prepararán mejor para ser agentes económicos eficaces, ya sea de vuelta en sus países o en un país de reasentamiento.

El acceso a los mercados internacionales puede ser útil para crear oportunidades económicas en los lugares de desplazamiento. Tal es el caso, por ejemplo, de las mercancías físicas como las prendas de vestir y los muebles y, sobre todo, de los servicios. Internet ha hecho posible que numerosos tipos de trabajos del sector de los servicios puedan realizarse a distancia. A través de plataformas en línea como Upwork, Freelancer y Fiverr, las empresas pueden desglosar un trabajo concreto en una serie de tareas e invitar a trabajadores independientes de todo el mundo a presentar

En principio, los trabajadores de un campo de refugiados no necesitan nada más que una conexión aceptable a internet para presentar ofertas para trabajos como introducción de datos, transcripción y redacción. En la práctica, para presentar ofertas competitivas hacen falta competencias, conocimientos y práctica.

ofertas para realizarlas. En principio, los trabajadores de un campo de refugiados no necesitan nada más que una conexión aceptable a internet para presentar ofertas para trabajos como introducción de datos, transcripción y redacción. En la práctica, para presentar ofertas competitivas hacen falta competencias, conocimiento y práctica.

La respuesta

La iniciativa del ITC Empleo y Competencias para los Refugiados ha estado trabajando en dos importantes campamentos de refugiados de Kenya para ayudar a los refugiados y las comunidades de acogida a acceder a los mercados internacionales de artículos de decoración del hogar y servicios digitales para trabajadores independientes. En estudios de viabilidad realizados se identificó que estos dos sectores poseen un elevado potencial de mercado, particularmente para clientes que dan importancia al impacto social.

Junto con el Consejo Noruego para Refugiados y otros socios, el ITC ofreció capacitación combinada con apoyo para el desarrollo empresarial y la conexión con los mercados.

En Dadaab, donde residen prácticamente 250 000 refugiados procedentes de Somalia, la iniciativa arrancó en mayo con un programa de capacitación digital y mentoría. Durante cinco meses, Samasource Digital Basics, la oficina de Nairobi de una organización sin fines de lucro radicada en San Francisco que forma en competencias digitales a personas sin trayectorias tradicionales para acceder al empleo, capacitó a unos 100 participantes en búsquedas por internet, procesamiento de textos, traducción y capacidades para manejar hojas de cálculo, y les orientó sobre cómo presentarse mejor ante posibles empleadores en plataformas



2



3



4

1. Artesanos de Nyota Farsamo con sus artesanías, Dadaab. © ITC/David Macharia 2. Una artesana durante un evento de capacitación, Dadaab. © Botul Khalid 3.-4. Participantes de un curso sobre trabajo independiente en línea, Dadaab. © Chris Muturi

de trabajo independiente. Samasource y el ITC brindaron apoyo de seguimiento y mentoría sobre competencias profesionales. En cuanto a la decoración del hogar, Toshaka Textiles, una empresa social keniana especializada en la producción de textiles, impartió capacitación a un grupo de artesanos —en su mayoría mujeres— sobre el desarrollo de productos. Especialistas de Goodies African Interiors & Gifts y Afrika Handmade, dos minoristas del sector de la decoración del hogar radicados en Nairobi, trabajaron con los artesanos en la gestión empresarial y de los clientes, para luego ayudarles a acceder a mercados de Nairobi y otros lugares.

A finales de año, el ITC dirigió un proyecto similar, centrado en competencias digitales, en otro campamento, Kakuma, al noroeste de Kenya, con más de 180 000 refugiados y solicitantes de asilo, muchos de ellos procedentes de Sudán del Sur. GrowthBond, una empresa de servicios digitales financieros y de comercialización, dirigió el trabajo de capacitación, que también incluía la comercialización a través de internet, en un intento por ajustar los talentos creativos de los participantes con la demanda del mercado de trabajo independiente. El ITC dirigió talleres de desarrollo empresarial y emprendimiento y mentoría para trabajadores independientes y empresas locales. Upwork, una importante plataforma de trabajo en línea organizó un campamento de entrenamiento sobre trabajo independiente de cinco semanas de duración, en las que los participantes interactuaron con clientes, presentaron ofertas para trabajos, aprendieron a mejorar sus perfiles, y obtuvieron pequeños ingresos.

Los resultados

La capacitación y las conexiones de mercado se han transformado en oportunidades de ingresos para las personas de Dadaab y Kakuma. En ambos lugares, trabajadores independientes en línea han presentado con éxito ofertas para contratos en línea. Setenta de los 83 trabajadores independientes capacitados en Dadaab se

han unido para crear Dadaab Collective, que ofrece servicios como recopilación e introducción de datos, redacción técnica, traducción y transcripción. La mitad de ellos han obtenido trabajo y ganan más de \$3 000.

Los participantes del curso impartido en Kakuma ya han ganado cientos de dólares gracias a la exitosa presentación de ofertas en línea para tareas como diseño de anuncios de Facebook e Instagram durante las actividades de capacitación y de seguimiento. En un concurso organizado por el ITC y GrowthBond para promover que la participación continúe después del curso, seis trabajadores independientes ganaron premios en metálico basados en el número de ofertas que hacían, el dinero que ganaban, y las calificaciones que recibía su trabajo, lo que les aportó fondos para poner en marcha sus pequeñas empresas.

En el sector de la decoración del hogar, los 50 artesanos con los que trabajó el ITC en Dadaab se han organizado en un colectivo denominado Nyota Farsamo, con las palabras «estrella» en swahili y «artesano» en somalí. La empresa trabaja ya con distribuidores de Nairobi y ganó más de \$2 800 con la venta de cestas de tela y trenzadas a compradores de Nairobi y bufandas teñidas con nudos que una empresa canadiense está utilizando como regalos corporativos. Las ventas posteriores han impulsado más las ganancias y los ingresos de los artesanos de Dadaab.

El futuro

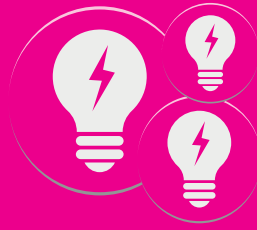
El ITC seguirá apoyando a los trabajadores independientes en línea de Dadaab y Kakuma, así como al colectivo de artesanos de Dadaab, para reforzar sus negocios y entablar contactos con nuevos clientes.

A más largo plazo, la organización está analizando la manera de ofrecer soluciones basadas en el mercado e impulsadas por el comercio en asentamientos de refugiados de Etiopía, Somalia y Uganda.



Financiadores

Los Países Bajos y el Consejo Noruego para Refugiados



SheTrades Invest: catalizar la financiación para impulsar el crecimiento de las empresas pertenecientes a mujeres



El desafío

Las microempresas, y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) representan aproximadamente el 90 % de las empresas y la inmensa mayoría de los puestos de trabajo de todo el mundo. En los países en desarrollo, la brecha de productividad existente entre estas empresas y sus homólogas de mayor tamaño es especialmente marcada, lo que se traduce en salarios más bajos y peores condiciones laborales para muchos de los trabajadores. El apoyo a estas empresas para que sean más competitivas y accedan a las cadenas de valor internacionales entraña importantes oportunidades para reducir la pobreza y fomentar el crecimiento inclusivo.

Pero, por muy buena que sea su idea empresarial, los emprendedores y las mipymes se enfrentan a menudo a un obstáculo insalvable para el aumento de la inversión y la producción: la falta de financiación. Los mercados de capital locales y los inversores dan prioridad a las empresas más grandes y con mayor grado de madurez, incluso más en las economías en desarrollo que en las desarrolladas. Las microempresas pueden acceder a préstamos microfinancieros de hasta unos cuantos miles de dólares, pero las pequeñas y medianas empresas tienen dificultades con lo que se ha denominado el «vacío intermedio» en relación con los importes demasiado elevados para la microfinanciación, pero demasiado bajos para los bancos comerciales o los inversores en acciones convencionales.

Si bien los prestamistas e inversores potenciales suelen sobrevalorar los riesgos que presentan las mipymes, también es cierto que las pequeñas empresas carecen a menudo de competencias en materia de gestión, de unos estados financieros claros y de conocimientos sobre los tipos de información que pueden requerir las posibles fuentes de financiación. El resultado son unas necesidades financieras enormes y no resueltas: entre \$900 000 millones y \$1,1 billones, según una estimación de la Corporación Financiera Internacional.

Para las mujeres empresarias y sus empresas, la obtención de financiación puede resultar incluso más difícil. Tienen menos probabilidades que los hombres de acceder a cuentas bancarias, lo que las sitúa en una posición de desventaja en el sistema financiero tradicional. Los problemas regulatorios y legales relacionados con la posesión de propiedades por

Las empresas pertenecientes a mujeres reciben solo el 3 % de la financiación de capital riesgo mundial, y se enfrentan a un déficit crediticio anual estimado de \$285 000 millones.

parte de las mujeres en muchos países hacen que les resulte más difícil presentar garantías para obtener préstamos. Las mujeres empresarias se ven a menudo obligadas a recurrir a mecanismos de financiación alternativos, como círculos de ahorro y grupos de préstamos mutuos, pero esto las hace incluso más dependientes que los hombres de redes personales de familiares y amigos, y habitualmente no pueden aportar los fondos necesarios para crecer a escala. Las empresas pertenecientes a mujeres reciben solo el 3 % de la financiación de capital riesgo mundial, y se enfrentan a un déficit crediticio anual estimado de \$285 000 millones.

La mejora del acceso al crédito para las empresas pertenecientes a mujeres ayudaría a las empresarias en ciernes a crear nuevas empresas y puestos de trabajo. Las empresas pertenecientes a mujeres normalmente dan empleo a más mujeres, también en la alta dirección. Teniendo en cuenta que un porcentaje desproporcionadamente elevado de los pobres del mundo son mujeres, y que las mujeres destinan un mayor porcentaje de sus ingresos a la salud y la educación que los hombres, la prosperidad de las empresas pertenecientes a mujeres contribuiría enormemente al crecimiento sostenible e inclusivo.

La solución

Bajo el paraguas de la iniciativa SheTrades, el ITC ha creado SheTrades Invest, una alianza de inversores de impacto a largo plazo y orientados al desarrollo e instituciones de financiación para el desarrollo para comprometer fondos de capital en empresas lideradas por mujeres de los países en desarrollo. Se lanzó en diciembre de 2018 —coincidiendo con el primer aniversario de la Declaración de Buenos Aires sobre las Mujeres y el Comercio— en colaboración con GroFin, una institución privada de financiación para el desarrollo que invierte en empresas pequeñas y en crecimiento de África y el Oriente Medio.



1.-3. Evento de SheTrades Invest, Kenya



€10 millones de financiación para empresas pertenecientes a mujeres a través de SheTrades Invest

Los inversores que participen en SheTrades Invest destinarán capital riesgo de impacto a mipymes previamente evaluadas y admitidas, propiedad de mujeres, para crear crecimiento económico y puestos de trabajo. Los socios inversores se seleccionarán en función de su capacidad para identificar sólidos retornos sociales y, en la medida de lo posible, aportar financiación a las empresas a unas tasas favorables en comparación con las de las fuentes locales de financiación tradicionales. La contribución del ITC consistirá en aprovechar la gran red de mujeres empresarias asociadas a la iniciativa SheTrades para identificar empresas de alto potencial, mejorar su idoneidad para la inversión mediante capacitación para ampliar sus capacidades financieras y de gestión, y ofrecer orientación, mentoría y actividades de creación de redes.

GroFin ha invertido en más de 700 mipymes desde 2004, recabando \$500 millones en concepto de capital riesgo de instituciones de financiación para el desarrollo, de inversores de impacto privados y de los organismos internacionales para el desarrollo de países como los

Países Bajos, el Reino Unido y los Estados Unidos de América. En el marco de la primera fase de SheTrades Invest, GroFin invertirá €10 millones en empresas pertenecientes a mujeres de los 14 países en los que ya opera: Côte d'Ivoire, Egipto, Ghana, el Iraq, Jordania, Kenya, Nigeria, Omán, Rwanda, el Senegal, Sudáfrica, la República Unida de Tanzania, Uganda y Zambia. El ITC y GroFin han hecho un llamamiento a las empresas de estos países para que soliciten capacitación, mentoría y, potencialmente, inversión.

El futuro

El ITC está trabajando para atraer a más inversores e instituciones de financiación para el desarrollo para que se unan a SheTrades Invest. La iniciativa busca expandirse en América Latina y el Sur y el Sudeste de Asia en 2019 acercando a los inversores que estén interesados a estas zonas geográficas.

En lo que respecta a las empresas que busquen financiación, la organización intentará velar por que la iniciativa pueda ofrecer una cartera completa de servicios financieros, desde acciones hasta deuda, y por que se satisfagan las necesidades de financiación de las empresas de muy diversos tamaños.



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



> 7 000 empresas ya están registradas en la plataforma y el mercado virtual de ConnectUEMOA para 160 productos



Creación de un mecanismo regional en línea en África Occidental para identificar y reducir los obstáculos no arancelarios al comercio

Aspectos destacados

En la **Comunidad de África Oriental (CAO)**, el ITC lanzó una nueva iniciativa para ayudar a los agronegocios a aprovechar las oportunidades de mercado de la región y de Europa. En una serie de productos básicos agrícolas como el aguacate, el cacao, el café, las especias, el té y los productos hortícolas, el ITC está brindando apoyo a mipymes de **Burundi, Kenya, Rwanda, la República Unida de Tanzania y Uganda** para reforzar su competitividad en materia de exportación. En colaboración con la Secretaría de la CAO, y con aportaciones de partes interesadas de los sectores público y privado de la región, las intervenciones del proyecto buscarán la eliminación de los obstáculos al comercio de todos estos sectores, así como reforzar la competitividad de las mipymes en materia de exportación y el desarrollo empresarial.

En la **Unión Económica y Monetaria de África Occidental (UEMAO, también conocida como UEMOA)**, el ITC lanzó dos plataformas digitales para crear oportunidades empresariales y facilitar el comercio. En la plataforma ConnectUEMOA, las empresas pueden registrar su perfil, así como sus productos y servicios en un mercado virtual para explorar las oportunidades empresariales existentes en la región y en otros lugares. Ya son más de 7 000 las empresas registradas en la plataforma y hay 160 productos, que van desde artículos alimentarios regionales tradicionales hasta productos artesanos para el cuidado de la piel y artículos decorativos hechos a mano, a la venta. Los usuarios de ConnectUEMOA pueden acceder asimismo a noticias e información sobre eventos relacionados con el comercio. La segunda plataforma, el Mecanismo de Alerta sobre Obstáculos al Comercio (MAOC) de UEMOA, permite a las empresas que tengan problemas con sus envíos alertar a los organismos responsables en tiempo real, lo que permite obtener una rápida respuesta para desbloquear la circulación de las mercancías.

El trabajo del ITC para fomentar el comercio en distintas subregiones africanas preparará a las empresas para aprovechar mejor las oportunidades que entraña la Zona de Libre Comercio Continental Africana.

En la **Zona de Libre Comercio Central Europea**, que incluye a los países de los Balcanes que no son miembros de la Unión Europea, el ITC trabajó en el fomento del comercio regional ayudando a los gobiernos a abordar los cuellos de botella arancelarios y no arancelarios que afectan a las cadenas de valor regionales. El ITC cartografió las cadenas de valor regionales de hortalizas, hierro y acero para identificar los obstáculos más significativos al comercio intrarregional, como retrasos en las aduanas a causa de la inspección física obligatoria de todos los productos o la no aceptación de certificados de salud y seguridad emitidos por los países exportadores. El ITC realizó estudios de diagnóstico nacionales en seis países para evaluar los marcos regulatorios e institucionales relacionados con la calidad y analizar las causas

principales de los obstáculos al comercio. Estos estudios formularon recomendaciones fundadas por un grupo asesor regional del sector privado acerca de cómo podrían fomentar una mayor integración económica estos países mediante el intercambio de información, la armonización de los reglamentos técnicos y el impulso de las pruebas de productos de ámbito regional. La ejecución de muchas de las opciones políticas propuestas, como la facilitación de un despacho más acelerado procesando para ello los documentos antes de la llegada de los bienes a la frontera, está programada para 2019.

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 la transferencia tecnológica.

Resultados principales



\$14,3 millones en acuerdos comerciales potenciales catalizados para exportadores de Etiopía, Kenya, Rwanda, Uganda y la República Unida de Tanzania con la India y la Unión Europea.



\$102,7 millones en acuerdos comerciales provisionales en fase de negociación entre China y Etiopía, Kenya, Mozambique, Zambia, Bangladesh, Camboya, la República Democrática Popular Lao, Myanmar, Nepal y Tayikistán.



\$32 millones en acuerdos de inversión confirmados y \$219 millones en oportunidades de inversión potenciales propiciadas desde la India y China con Etiopía, Kenya, Mozambique, Rwanda, Uganda, la República Unida de Tanzania y Zambia.

Aspectos destacados

En 2018, el ITC, a través de su iniciativa Apoyo al Comercio y la Inversión de la India en África (SITA), siguió aumentando los vínculos empresariales entre la **India y África Oriental**, por medio de apoyo al desarrollo de la capacidad institucional, actividades de promoción de la inversión, y la organización de delegaciones de ministros y funcionarios de África Oriental a la India y de empresas indias a África Oriental.

Como resultado de ello, se cerraron acuerdos comerciales por un valor total de \$14,3 millones, se confirmaron acuerdos de inversión por \$32 millones y se generaron oportunidades de inversión por otros \$59 millones en varias fases de negociación, en sectores que van desde las especias y el textil, la confección y el cuero hasta los aceites comestibles, las legumbres y los servicios basados en la tecnología de la información.

En el marco de uno de estos acuerdos, una empresa india del sector de la confección estableció una unidad de

manufactura en el polígono industrial Mekelle de **Etiopía** para producir prendas de punto destinadas a los mercados de Europa y Norteamérica; los primeros envíos de exportación están previstos para el primer trimestre de 2019. Por otra parte, en el sector de las especias de **Rwanda** se exportaron a la India las primeras remesas de chiles híbridos, por un valor cercano a los \$23 000, lo que supone el nacimiento de un nuevo sector de la exportación para el país.

El ITC también promovió la transferencia tecnológica y de conocimientos entre la India y África Oriental, capacitando a personal del sector de los telares de Etiopía en técnicas y tecnologías de tejeduría avanzadas, facilitando la cooperación entre investigadores **ugandeses** e indios para el desarrollo de una semilla de algodón híbrido, y mediando en un acuerdo entre una fundación keniana y una empresa india dedicada a la externalización de procesos empresariales rurales para el establecimiento de un centro de 100 plazas en Nairobi en el que trabajarán jóvenes urbanos desfavorecidos.

En el marco de un proyecto similar, la Alianza para el Crecimiento y la Inversión en África (PIGA), el ITC trabajó en el fomento del comercio y la inversión entre **China y Etiopía, Kenya, Mozambique y Zambia**. Además de seminarios itinerantes sectoriales, misiones de inversión a China y visitas de delegaciones de inversores chinos a los cuatro países africanos, el ITC creó una red de aproximadamente 1 600 empresas africanas y chinas, y ayudó a las empresas africanas a participar en importantes eventos empresariales y de inversión en China. En 2018, el ITC propició 20 acuerdos de inversión provisionales valorados en \$160 millones aproximadamente, en sectores que van desde la cosmética hasta la elaboración de alimentos.

Algunas de estas empresas africanas formaron parte de una delegación de empresas de 20 países en desarrollo y menos adelantados que, con el apoyo del ITC, participaron en la primera Exposición Internacional de Importaciones de China que tuvo lugar en noviembre. Las empresas respaldadas por el ITC alcanzaron 185 acuerdos provisionales de exportación por valor de más de \$110 millones.

En el marco del proyecto también se elaboró y se publicó una guía detallada en chino sobre la inversión dirigida a las empresas interesadas en oportunidades en Etiopía, Kenya, Mozambique y Zambia.

Financiadores de 2018

Financiadores principales

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

Financiadores específicos del proyecto

China (incluido del Consejo de Becas de China), Fundación Mo Ibrahim, Marco Integrado Mejorado, Países Bajos, Reino Unido, Unión Económica y Monetaria de África Occidental (UEMOA), Unión Europea

ESTUDIO DE CASO

Reducir los riesgos de la diversificación de los cultivos de exportación de alto valor para los agricultores de Rwanda



El desafío

Los pequeños agricultores de Rwanda, al igual que los de muchos países en desarrollo, tienden a verse abocados a una suerte de trampa de bajos ingresos. Los cultivos tradicionales que producen están sujetos a la volatilidad de los precios de los mercados locales y de lugares más alejados. Las presiones provocadas por la competencia y un débil poder de mercado provocan unos márgenes muy reducidos en su país, mientras que las fluctuaciones en la cadena de suministro mundial pueden causar subidas y bajadas impredecibles de los precios.

El paso al cultivo de productos de más valor y el acceso a los mercados de exportación de productos nicho en lugar de productos básicos a granel, ofrece potencial para aumentar los ingresos y reducir la exposición a la volatilidad de los precios de los cultivos individuales. Determinados productos de mayor valor ofrecen un importante potencial de procesamiento, lo que permite a las comunidades capturar más valor de sus cultivos y protegerlos mejor de las grandes fluctuaciones de los precios.

Pero la inversión en la diversificación no está exenta de riesgos ni siquiera cuando las condiciones agronómicas locales son favorables para nuevos cultivos de alto valor: puede que las plántulas y las plantas desconocidas no se comporten como estaba previsto, o que la demanda del mercado resulte decepcionante, con las consiguientes pérdidas de ingresos. Para los pequeños agricultores que trabajan a unos niveles cercanos a la subsistencia, los costos potenciales de la dedicación de terrenos, dinero y mano de obra a nuevos cultivos pueden ser muy difíciles de justificar.

La respuesta

En colaboración con la Junta Nacional para el Desarrollo de las Exportaciones de Rwanda (NAEB), el ITC ha trabajado con agricultores de la provincia oriental del país para reducir los riesgos de los esfuerzos para diversificarse hacia nuevas variedades de chiles de alto valor. Cultivadas para obtener alta calidad y características como un destallado fácil e intensivo en mano de obra, las variedades de chille como Sarpan Dandicut-2, Namdhari y Teja son

codiciadas en mercados de exportación como los de la India y varios países africanos. En la experiencia piloto sobre los chiles que tuvo lugar en 2018 participaron 14 agricultores que básicamente solían producir cultivos de bajo valor como judías y maíz.

Por medio del proyecto Apoyo al Comercio y la Inversión de la India en África, el ITC identificó a socios e intermedió en la cooperación para reducir los distintos tipos de riesgos para los agricultores rwandeses.

Para abordar los desafíos relacionados con la producción de cultivos desconocidos, el ITC llegó a expertos en especias de la India para que capacitaran a los agricultores en todos los pasos de la producción de chiles, desde la creación de viveros para el crecimiento de las plántulas hasta la preparación del terreno, la plantación, el uso de fertilizantes, el control de plagas, la floración y la cosecha. Gashora Farm, en el distrito de Bugesera de la región, se utilizó como lugar de demostración donde los agricultores participantes pudieron observar y aplicar en la práctica lo que habían aprendido.

Se realizaron trabajos de capacitación adicionales sobre procesamiento relacionado con los chiles, como secado y envasado en la explotación, y sobre cómo poner precio a los chiles secos y clasificarlos.

Para evitar el riesgo de que los nuevos chiles no encontrasen compradores, el ITC organizó un acuerdo de recompra con una empresa de extracción de especias del Sur de la India especializada en condimentos y colorantes alimentarios. Esta empresa suministró semillas para el cultivo de los chiles rojos que quería importar de Rwanda; expertos de la empresa también participaron en las actividades de capacitación. Los acuerdos de recompra tenían por objeto dar seguridad y confianza tanto a los agricultores como al comprador: las órdenes de compra establecieron con claridad los términos de las transacciones, como los volúmenes, pagos, entregas, precios, estándares de calidad y otros requisitos.

Por último, para reducir las posibilidades de que los chiles de los pequeños agricultores no llegaran a los mercados de exportación de la India y a otros lugares por su falta de conocimiento de los procedimientos logísticos relacionados con el mercado, el ITC les ayudó a familiarizarse con la



1. Chiles híbridos, Rwanda 2. Cosechando chiles, Rwanda 3. Un representante de una empresa de especias de la India examina la calidad del cultivo, Rwanda 4. Chile secos listos para la exportación, Rwanda

documentación para la exportación, el llenado y la fumigación de los contenedores, y el trabajo con las empresas de transporte.

Los resultados

En abril de 2018, los agricultores rwandeses enviaron 22,5 toneladas métricas de chiles secos de categoría superior valorados en casi \$23 000 con destino a la India, lo que supuso el comienzo de un nuevo sector de la exportación para el país. Los chiles cumplieron holgadamente los requisitos de salud y seguridad. La empresa india los utilizó para producir oleorresinas.

Los agricultores rwandeses que participaron en la producción de los chiles declaran mayores ingresos y un aumento de sus ahorros, además de mayor capacidad de gasto en ropa, vivienda y atención médica.

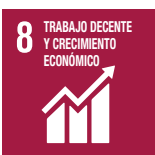


Una nueva industria exportadora para Rwanda: exportaciones de chiles secos valoradas en \$23 000

El futuro

El número de agricultores dedicados al cultivo de chiles se ha incrementado, al igual que la superficie de cultivo, lo que ofrece mayores perspectivas en cuanto a la producción y las ventas para 2019.

El ITC está trabajando con cuatro empresas del sector de las especias de la India para seguir expandiendo el número de acres y las variedades de chiles en Rwanda y en el resto de la región. Una de ellas está ya cultivando chiles orgánicos, que, una vez certificados, obtendrán precios más altos, en Rwanda. Además de los chiles, las empresas también han manifestado su interés por el cultivo de romero, jengibre y cúrcuma en Rwanda. También están estudiando la posibilidad de cultivar romero en la República Unida de Tanzania.



Financiador

Reino Unido

ESTUDIO DE CASO

Incursión de mipymes de países en desarrollo en el mercado chino



El desafío

El rápido crecimiento y el repunte del consumo doméstico han impulsado a China hasta la posición que ocupa actualmente como la segunda economía más importante del mundo, así como la segunda mayor importadora. Pero, si bien la demanda china presenta enormes oportunidades económicas, las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) de los países en desarrollo y los países menos adelantados suelen tener problemas para exportar a China.

La exportación a cualquier mercado conlleva costos y esfuerzos muy superiores a los que implica la venta nacional; por ejemplo, la adaptación de los productos para satisfacer las preferencias y los estándares del mercado objetivo, viajar para reunirse con socios potenciales, y la necesidad de gestionar las diferencias lingüísticas y culturales.

Las grandes empresas que venden en China pueden contratar personal local o servicios de apoyo especializados para acceder al mercado chino. Pero para muchas empresas de menor tamaño, estos gastos pueden resultar impensables. Incluso las mipymes que venden productos y servicios por lo demás competitivos, pueden no comprender cómo adaptarlos para atraer a compradores chinos. En lugar de la incapacidad de suministrar un producto de calidad a un precio atractivo, lo que impide que muchas mipymes accedan al mercado chino es la falta de conocimiento de las necesidades de los compradores y la ausencia de una red empresarial.

La respuesta

El ITC está trabajando desde 2014 en la promoción del comercio entre China y otros países en desarrollo. Estos esfuerzos se han centrado particularmente en ayudar a las mipymes de los países menos adelantados (PMA) de África y Asia a beneficiarse de la demanda y las inversiones chinas, por medio de una combinación de asesoría, capacitación técnica y creación de redes empresariales.

Cuando el Gobierno de China organizó la primera Expo Internacional de Importaciones de China (CIIE) en

noviembre de 2018, uno de los muchos movimientos por impulsar el perfil de este líder mundial de la exportación como destino de importación, el ITC se encontraba en una posición privilegiada para apoyar a las empresas en su incursión en el mercado chino.

La organización identificó a unas 100 mipymes de Bangladesh, Bolivia, Camboya, el Ecuador, Etiopía, Kenya, Kirguistán, la República Democrática Popular Lao, Mozambique, Myanmar, Nepal, Nigeria, Rwanda, Tayikistán, Tailandia, Uganda y Zambia que operan en tres sectores: productos agrícolas y alimentarios; confección, complementos y bienes de consumo; y servicios tales como el turismo. La identificación de las empresas se basó en su nivel de preparación para la exportación, su potencial para exportar a China y su interés por compartir los costes de la participación.

Cabe señalar que al conformar la delegación, el ITC aprovechó redes asociadas con siete proyectos distintos en los que participaban cuatro fundadores, logrando sinergias en forma de mayor rentabilidad en términos de apoyo a la promoción del comercio.

En el período previo a la CIIE, que congregó en Shanghai a 150 000 compradores internacionales y nacionales, así como a expositores de 100 países, el ITC ayudó a la delegación empresarial con el registro y con cursos de aprendizaje electrónico y servicios de asesoramiento sobre las ventas y la negociación para la exportación, los contratos transfronterizos, el transporte y la logística y la participación en ferias de comercio de China, incluidos eventos de establecimiento de contactos entre empresas con compradores potenciales.

En la feria, expertos del ITC promocionaron a las empresas y les ayudaron con la elaboración y la firma de cartas de intenciones para hacer negocios con compradores e inversores radicados en China.

Los resultados

En la CIIE, el ITC ayudó a la delegación empresarial a cerrar acuerdos provisionales para el suministro de mercancías y servicios a importadores chinos por un total de \$116 millones.



1. Caseta de apoyo a la delegación empresarial del ITC, Expo Internacional de Importaciones de China, Shanghái 2. Fábrica de muebles de madera, Zambia 3.-4. Contactos entre empresas, Hangzhou, China

\$116 millones
en acuerdos provisionales para
empresas respaldadas por el
ITC en la CIIE

Las empresas zambianas de agronegocios firmaron cartas de intenciones para el suministro de carne de cerdo, arroz y anacardos por valor de decenas de millones de dólares a homólogos de China. Las empresas de Etiopía, Kenya y Rwanda cerraron acuerdos provisionales para la exportación de café y salsa de chile a la mayor economía asiática. Cinco empresas de Tayikistán ha acordado suministrar hilados de algodón, calcetines, ropa deportiva y zapatillas de fieltro a importadores chinos. Una empresa de Bangladesh que vende cosméticos naturales ha enviado productos por valor de \$350 000 a un comprador chino gracias a los contactos establecidos en la CIIE. Las empresas bolivianas van a vender quinoa, judías y fruta deshidratada al mercado chino. Una de ellas, que vende grano, judías y semillas, cerró un acuerdo por valor de \$150 000 con un comprador chino. Y los operadores turísticos de Myanmar y Nepal están listos para empezar a acoger al número, cada vez mayor, de turistas chinos que viajan alrededor del mundo.

Muchas de las empresas participantes quedaron gratamente sorprendidas por su éxito en la feria. «La exposición que hemos tenido en la CIIE es fantástica y mucho mayor de lo que podíamos imaginar», afirmó Swoyambhu Ratna Tuladhar de Yak & Yeti Enterprises, una empresa de artesanía de Nepal que exhibía sus productos internacionalmente por primera vez. Daisy Sandu, que dirige Daisy Meat en Zambia, se refirió a ella como una «oportunidad para cambiar las reglas del juego».

Algunos afirmaron que dejando los acuerdos de ventas a un lado, el ejercicio de viajar juntos en grupo había sido muy valioso para las empresas participantes, puesto que pudieron intercambiar experiencias y aprender las unas de las otras. Pablo Palacios, director de Southern Expeditions, una empresa ecuatoriana dedicada al turismo sostenible, afirmó que el hecho de formar parte de la delegación respaldada por el ITC le había hecho ver que los operadores turísticos de otros países tienen problemas similares. «Para nosotros, este proceso fue una importante experiencia de aprendizaje sobre la cultura china, una ocasión para intercambiar ideas y mejorar nuestra red».

El futuro

China ha anunciado que celebrará una segunda edición de la CIIE en noviembre de 2019. El ITC llevará a la feria otra delegación formada por 100 mipymes de sectores como los alimentos procesados, la confección, los bienes de consumo, el turismo, la educación y la tecnología de la información y las comunicaciones, entre otros.


Entretanto, El ITC está prestando apoyo técnico a las empresas que acudieron a la edición de 2018 en su empeño por que sus acuerdos provisionales lleguen a buen puerto. Basándose en sus experiencias, el ITC también formulará recomendaciones acerca de cómo pueden mejorar sus perspectivas de exportación en China las empresas, con recomendaciones prácticas sobre la identificación de productos y el contacto con compradores potenciales.



Financiadores

Alemania, Canadá, China, Dinamarca, Finlandia, India, Irlanda, Noruega, Países Bajos, el Reino Unido, Suecia y Suiza





Resultados institucionales



Estructura y gobernanza institucional

La gobernanza corporativa del ITC refleja la cultura y las políticas de la organización y un conjunto de valores fundamentales integrados en las normas y los reglamentos de las Naciones Unidas.

El ITC solicita aportaciones a las partes interesadas de los gobiernos y les informa periódicamente 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). Este último también celebra reuniones informales a lo largo del año.

El GCM está compuesto por representantes 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. El CCFFI, que está compuesto por financiadores y representantes de los grupos regionales, revisa el uso del Fondo Fiduciario del ITC, supervisando la orientación general y los resultados de los programas financiados a través de contribuciones extrapresupuestarias.

Grupo Consultivo Mixto

El GCM del ITC celebró su 52.^a sesión formal en Ginebra el 10 de julio. Los miembros debatieron sobre el Informe Anual 2017 y se les presentó una demostración de la nueva herramienta de información de precios de mercado del ITC.

El Director General Adjunto de la OMC, Yonov Frederick Agah, y el Secretario General de la UNCTAD, Mukhisa Kituyi, hicieron uso de la palabra. Ambos elogiaron la actuación del ITC en 2017, haciendo hincapié en áreas de colaboración entre el ITC y sus instituciones matrices, en especial en información comercial y estadística, como el Portal del Algodón, ePing y el Global Trade Helpdesk. Afirmaron que el ITC es un socio

consolidado en el apoyo a la ejecución del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la OMC, y en el ámbito de las medidas no arancelarias, y reiteraron que el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) es un objetivo común a las tres organizaciones. El trabajo del ITC en el plano nacional y su apoyo al sector privado fueron reconocidos como cruciales para asegurar que el comercio, con un sistema multilateral robusto, se traduzca en auténticas mejoras en la vida de la gente en los países en desarrollo y en los países menos adelantados (PMA).

La Directora Ejecutiva del ITC, Arancha González, afirmó que el ITC ha seguido transformando las contribuciones de los financiadores en oportunidades económicas basadas en el mercado y mejorando los medios de subsistencia de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) de las personas situadas en la base de la pirámide. Dijo que en apoyo a los ODS, el ITC brindó apoyo para el desarrollo de capacidades por un valor aproximado de \$86 millones en 2017, enfatizando la atención prestada por el ITC a los países prioritarios, en particular los PMA y las economías frágiles. Señaló, además, que los financiadores del ITC habían efectuado las mayores contribuciones extrapresupuestarias anuales en el período anterior, por un total de más de \$100 millones. Los objetivos del ITC para 2018 consistirían en aumentar la ejecución en prácticamente el 20 % y en dejar atrás los desafíos relacionados con la financiación. Prometió que el ITC seguiría promoviendo el comercio abierto frente a los malos vientos que soplan en el panorama político, sin dejar de trabajar por que las empresas de los países en desarrollo se beneficien de las oportunidades de mercado existentes.

Los delegados elogiaron al ITC por sus resultados y por promover el crecimiento económico a través del comercio inclusivo y sostenible, alabando a la organización como un valioso socio sobre el terreno. Acogieron con satisfacción el nuevo Plan Estratégico 2018-2021 del ITC, y manifestaron su



De izquierda a derecha: la Directora Ejecutiva del ITC, Arancha González; Secretario General de la UNCTAD, Mukisa Kituyi; la Directora Ejecutiva Adjunta del ITC, Dorothy Tembo; y el Director de la División de Programas de Países del ITC, Ashish Shah, Grupo Consultivo Mixto, Ginebra

agradecimiento por la ampliación del conjunto de productos de inteligencia comercial de la organización, como ePing, el servicio de asistencia comercial para pymes, el Mapa de Potencial de Exportación y Market Access Map. Se alentó al ITC a que prosiga con sus intervenciones en las zonas que salen de una situación de conflicto y en los estados frágiles, y a que siga dando prioridad a las mipymes situadas en la base de la pirámide en los PMA, las economías pequeñas y vulnerables, y los países en desarrollo sin litoral. Los delegados instaron al ITC a que intensifique la gestión de riesgos y la supervisión y haga esfuerzos adicionales por desarrollar una metodología para la medición de la rentabilidad y la elaboración de informes conexos.

Comité Consultivo del Fondo Fiduciario del ITC

En dos reuniones formales del Comité Consultivo del Fondo Fiduciario del ITC (CCFFI) se abordó el desempeño reciente de la organización y su actuación. Además, el ITC celebró una sesión informal del CCFFI en el mes de febrero para debatir sobre el borrador del plan operativo para 2018 y para recabar opiniones acerca del marco de gestión de riesgos del ITC.

Habida cuenta de la situación de aumento de la incertidumbre y la volatilidad, el ITC ha trabajado en la identificación y la mitigación de riesgos estratégicos, tanto internos como externos. En 2018, el ITC examinó los riesgos de los proyectos y añadió algunos elementos a su marco de gestión de riesgos en consecuencia.

El ITC divide los riesgos relativos a la ejecución en categorías generales:

1. Estratégicos: que incluyen el riesgo de la volatilidad de la financiación, así como los relacionados con el impacto y la sostenibilidad, puesto que la cartera del ITC se está centrando cada vez más en algunas de las economías

mundiales que más desafíos plantean. Los gerentes de proyectos han llamado la atención sobre los problemas a la hora de encontrar a expertos especializados en los plazos requeridos, y a la necesidad de depender de asociados en la ejecución en las regiones remotas y aisladas. El ITC gestiona estos riesgos con un diálogo constante con las partes interesadas.

2. Internos: el ITC ha respondido a estos riesgos operativos evitables con tres líneas de defensa: gestión de operaciones y personal; establecimiento de las funciones de supervisión y control de riesgos por parte de la gerencia; y garantía independiente. Se aplica un enfoque de tolerancia cero contra el fraude, el acoso y los riesgos para la seguridad del personal, que han sido objeto de capacitación y otras iniciativas de concienciación. La estricta aplicación de normas y procedimientos ha confirmado a las partes interesadas el cumplimiento de la organización con normas exigentes, si bien, en ocasiones, estos procedimientos limitan la capacidad de los gerentes de proyectos para responder con flexibilidad a las condiciones cambiantes sobre el terreno.

3. Externos: que incluyen riesgos sobre los que el ITC tiene poco control, desde situaciones geopolíticas específicas nacionales hasta riesgos medioambientales, reformas de las Naciones Unidas, la propuesta del Secretario General de un pacto de financiación y la ciberseguridad. También se plantea un riesgo más específico cuando los financiadores tienen requisitos distintos en lo que respecta a la presentación de informes, que resulta en solicitudes de informes *ad hoc*. La respuesta del ITC consiste en fomentar la resiliencia para soportar el impacto potencial de dichos riesgos.



Evaluación y desempeño

La evaluación sistemática es un instrumento clave del ITC, en todas sus intervenciones, para la rendición de cuentas frente a los resultados esperados, así como para fomentar el aprendizaje y el desarrollo de conocimientos en la organización. Las evaluaciones documentan la toma de decisiones del ITC en la gestión de las políticas, los proyectos y los programas, con el fin de mejorar el desempeño y aumentar las contribuciones de la organización para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas.

La Unidad de Evaluación Independiente (UEI) es la que custodia la función de evaluación del ITC. Abarca cuatro tipos de evaluaciones. Tres son internos de la organización y se caracterizan por su grado de rigidez: El primero, las evaluaciones que realiza la propia UEI directamente. El segundo, las autoevaluaciones que realizan los gerentes de proyectos con el asesoramiento de la UEI. El tercero, los informes sobre la finalización de los proyectos que elaboran los gerentes. El cuarto tipo de evaluación lo lideran los financiadores. La UEI supervisa estas evaluaciones y trabaja para que los resultados se traduzcan en cambios en la forma en que opera el ITC. En 2018 se realizaron 18 evaluaciones: tres, lideradas por la UEI; dos autoevaluaciones; ocho informes sobre la terminación de proyectos, y cinco evaluaciones lideradas por financiadores.

Como todos los años, el ITC extrajo conclusiones y conocimientos cruciales de las evaluaciones en un Informe Resumido de Evaluación Anual, que incluía recomendaciones dirigidas a la alta gerencia. Las principales lecciones aprendidas guardan relación con la sostenibilidad y se resumen en la tabla que figura a continuación. Una «metaevaluación» independiente de tres de las evaluaciones de 2018 evidenció que el ITC cumple los requisitos establecidos por 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) para la integración de consideraciones relacionadas con los derechos humanos y la igualdad de género en la evaluación de los proyectos.

Un importante hito del trabajo de evaluación del ITC en 2018 fue la publicación de un conjunto revisado de directrices que constituyen una base aplicable a toda la organización para la metodología, los procesos y los estándares de calidad de las

evaluaciones del ITC, garantizando un nivel de coherencia y comparabilidad.

La UEI es miembro activo del Grupo de Evaluación de las Naciones Unidas (UNEG) y gestionó el examen de mitad de período de la estrategia del UNEG para 2014-2019.

En 2018, la Oficina de Servicios de Supervisión Interna (OSSI) de las Naciones Unidas auditó una cartera de proyectos del ITC para impulsar la competitividad en Bangladesh, Kenya, Myanmar y Uganda, ejecutados entre 2013 y 2017, y financiados por el Centro de Promoción de las Importaciones procedentes de los Países en Desarrollo (CBI) del Gobierno de los Países Bajos. Los auditores concluyeron que los proyectos, que colectivamente se denominan «tercera fase del Fondo Fiduciario de los Países Bajos» (NTF III), estaban bien gestionados: la participación activa del financiador y de la administración superior del ITC, la sólida planificación, la elaboración eficaz de los presupuestos y las teorías del cambio claramente definidas contribuyeron al logro de los productos y los resultados más esperados dentro de los plazos previstos. Detectaron cierto margen de mejora en los procedimientos de gestión de riesgos, y recomendaron que el ITC realice exámenes de la sostenibilidad entre los tres a cinco años posteriores a la finalización de los proyectos.

El ITC también contribuyó al programa de trabajo de 2018 de la Dependencia Común de Inspección (DCI), el órgano independiente de supervisión de las Naciones Unidas, participando en seis exámenes de todo el sistema en los que se abordaron temas como los programas de pasantías; la cooperación triangular y Sur-Sur; los denunciantes de irregularidades; los servicios de apoyo administrativo; la accesibilidad para las personas con discapacidad; y el refuerzo de la aceptación de las investigaciones sobre políticas por parte de los organismos de las Naciones Unidas. Se reconoció la política de empleo y accesibilidad del ITC dirigida a las personas con discapacidad. Su iniciativa Global Trade Helpdesk fue reconocida como un ejemplo de buenas prácticas en la agregación y la divulgación de información procedente de múltiples organismos internacionales. También se elogió al ITC por implicar a investigadores de los países en desarrollo en la creación de las bases de datos de su publicación *Perspectivas de Competitividad de las Pymes*.



Lecciones aprendidas en relación con el mantenimiento del impacto

1. El conocimiento constante de las condiciones, las capacidades y las relaciones locales es esencial para el éxito de las intervenciones del ITC.

Para lograr el máximo impacto, es necesario que los proyectos evalúen claramente las necesidades, las condiciones y la idoneidad de las empresas asociadas, las instituciones de apoyo al comercio y la inversión y los organismos públicos antes de que arranquen los proyectos y también durante la ejecución.

2. La sostenibilidad está arraigada al éxito en la transferencia de las capacidades, las habilidades y las competencias a los destinatarios y los asociados de modo que se fomente la titularidad local y el compromiso a largo plazo.

En última instancia, el apoyo y la capacidad local son la base para que el éxito sea duradero después de que se cierren los proyectos. Este tipo de carencias debe resolverse antes de que culminen los proyectos para que el éxito sea fructífero.

3. Los beneficiarios y los asociados son como «empresas de nueva creación» en un viaje de compleja innovación y de cambios, dentro de un entorno de riesgo e incertidumbre.

La innovación tiene que ver con el cambio. Cuando los proyectos del ITC promueven un cambio simultáneo entre las mipymes, las instituciones de apoyo al comercio y la inversión y los gobiernos, puede llevar un tiempo que se ajusten todos. El ITC puede ser un facilitador que ayuda a sus asociados y partes interesadas a avanzar hacia sus propios objetivos de desarrollo.

4. La incorporación de la planificación de contingencias y la gestión de riesgos en la gestión de proyectos empodera a los beneficiarios y a los asociados para superar los desafíos asociados a la sostenibilidad.

Gracias a una planificación de contingencias y una gestión de riesgos robustas, los asociados y los beneficiarios pueden hacer frente a los grandes acontecimientos inesperados inherentes al entorno de cualquier empresa emergente. La experiencia demuestra que una gestión flexible de los proyectos ha contribuido a obtener muy buenos resultados, pues ayuda a responder con rapidez a los riesgos emergentes.

5. La teoría del cambio sigue siendo una herramienta de vital importancia para fomentar la innovación y las transiciones sostenibles.

La gran variedad de factores que afectan a la capacidad de los beneficiarios y los asociados de los proyectos para consolidar y aprovechar los resultados de forma independiente subraya la importancia de una planificación y una ejecución de los proyectos integrales y con capacidad de repuesta. Una teoría del cambio bien articulada garantiza que los proyectos y los programas aborden las necesidades de las partes interesadas.



Panorama general de la situación financiera

Dos fuentes de financiación hacen posible que el ITC desarrolle su mandato: el Presupuesto Ordinario (PO) y los recursos extrapresupuestarios (EP). El PO lo financian a partes iguales las Naciones Unidas y la Organización Mundial del Comercio (OMC) con una periodicidad bianual; 2018 fue el primer año del bienio 2018-2019. Los fondos EP se refieren a las contribuciones voluntarias de los Estados miembros, las organizaciones multilaterales, las entidades del sector privado y otras fuentes, y, a menudo, abarcan períodos plurianuales. Los costos de apoyo a los programas (CAP) se obtienen con cargo a los gastos EP y el presupuesto se aprueba anualmente.

En 2018, el ITC recibió una «opinión sin salvedades» sobre sus estados financieros de 2017, lo que confirmó que la organización cumple íntegramente con las Normas Internacionales de Contabilidad del Sector Público y que aplica unas sólidas prácticas de gestión financiera.

DATOS FINANCIEROS MÁS IMPORTANTES DE 2018

- **\$165,04 millones**: valor total de los nuevos acuerdos EP firmados en 2018 correspondientes a proyectos cuya ejecución se extenderá hasta 2023 (2017: \$102,48 millones).
- **\$166,53 millones** fueron los recursos totales disponibles en 2018, compuestos por un saldo de apertura de \$32,75 millones y \$133,78 millones en contribuciones nuevas (2017: \$122,75 millones).
- **\$133,78 millones** en contribuciones brutas recibidas (2017: \$93,75 millones).
- **\$104,00 millones** fue el gasto global acumulado (2017: \$89,76 millones).

Las iniciativas de recaudación de fondos del ITC fueron muy fructíferas en 2018, y culminaron con la firma de nuevos acuerdos de financiación por valor de \$165,04 millones. Estos acuerdos han propiciado la expansión de las actividades del ITC para satisfacer el crecimiento de la demanda.

El gasto total de 2018 se incrementó en un 16 % frente al de 2017. Si bien los gastos del PO cayeron en \$1,83 millones en el primer año del bienio, situándose en los \$36,35 millones, el gasto EP en asistencia técnica, desarrollo de capacidades e inteligencia de mercado se incrementó en un 38 % hasta los \$63,94 millones brutos. El gasto en concepto de costos de apoyo a los programas (CAP) ascendió a \$3,72 millones, lo que representa un descenso de \$1,63 millones.

Presupuesto ordinario

Las Naciones Unidas y la OMC realizan aportaciones equitativas a los fondos del presupuesto ordinario para el bienio que cubren los gastos corrientes del centro, incluidos los sueldos y gastos comunes de personal. Con cargo a la

FIGURA 2 Estructura del gasto 2014–2018 (\$ millones)

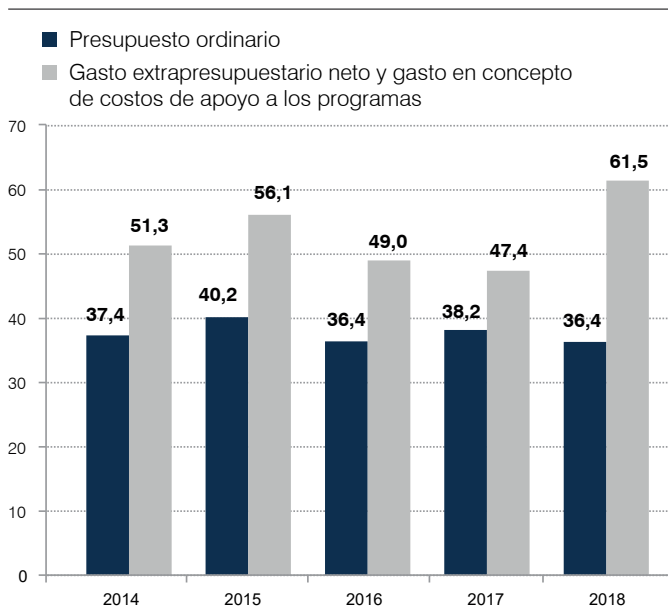


TABLA 1 Estado de los recursos (brutos en millones de \$) al 31 de diciembre de 2018

DESCRIPCIÓN	Saldo de apertura	Ingresos netos recibidos*	Gastos	Efectivo disponible
Presupuesto ordinario	-	37,60	36,35	1,26
Costos de apoyo a los programas	1,18	6,18	3,72	3,64
Total recursos extrapresupuestarios	31,57	89,99	63,94	57,62
Recursos extrapresupuestarios, Ventanilla I	2,88	18,15	12,73	8,30
Recursos extrapresupuestarios, Ventanilla II	28,69	71,84	51,21	49,32
Total	32,75	133,78	104,00	62,52

*Contribuciones netas incluyendo los reembolsos a los donantes (\$0,58 millones) y excluyendo los intereses y las transferencias a las reservas de explotación.

financiación ordinaria se contribuye asimismo a 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.

- **\$37,60 millones** fueron los recursos del presupuesto ordinario disponibles para 2018.
- **\$36,35 millones** fue el importe registrado como gastos al 31 de diciembre de 2018, lo que supone una tasa de ejecución del 97 % de los recursos disponibles.

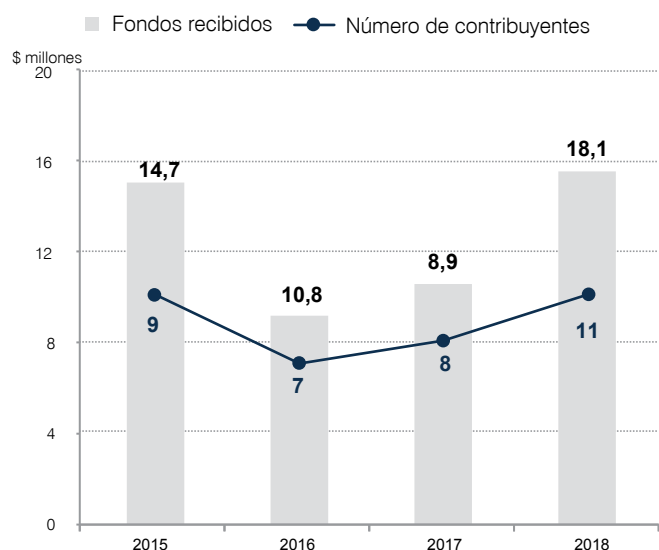
Por motivos de presentación, el presupuesto del bienio se distribuye equitativamente entre los dos años, si bien los aumentos reglamentarios se traducen en una subida de los costos en el segundo año.

Fondos extrapresupuestarios

El total de los recursos disponibles en 2018 incluía:

- **\$31,57 millones** trasladados a cuenta nueva en 2017.
- **\$89,99 millones** en contribuciones brutas recibidas en 2018.

FIGURA 3 Ventanilla I - Contribuciones 2015–2018 (\$ millones)



El ITC siguió entablando relaciones consolidadas con un amplio abanico de financiadores, y obtuvo \$165,04 millones en acuerdos con gobiernos donantes, organismos multilaterales y fundaciones internacionales.

Pese al panorama general de restricción de la financiación de los programas internacionales para el desarrollo, las contribuciones EP al ITC en 2018 alcanzaron el récord de \$89,99 millones. Estas contribuciones procedían de una base muy diversa: 14 financiadores aportaron más de \$1 millón, lo que representa el 88 % de la financiación EP.

En la figura 3 se puede ver la evolución de los fondos no asignados o asignados en condiciones favorables (la denominada Ventanilla I) en relación con el número de contribuidores y del valor total de sus contribuciones.

La ejecución EP del ITC de \$63,94 millones en 2018 representó un incremento del 38 % con respecto al año anterior, reflejo del crecimiento de la demanda de los servicios de la organización, así como del cambio constante hacia grandes programas. El carácter plurianual de estos programas implica que el ITC está trasladando a cuenta nueva un saldo de 57,62 millones (frente a los \$31,57 millones al final de 2017) que se destinará a actividades de 2019 y años posteriores para las que ya se han firmado acuerdos por valor de \$174,50 millones.

FIGURA 4 Acuerdos de financiación firmados 2015–2018 (\$ millones)

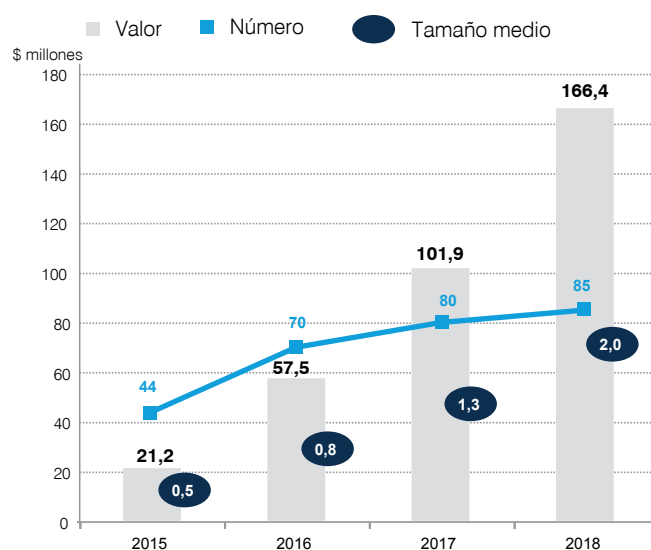


TABLA 2 Gasto con cargo al presupuesto ordinario en 2018 (bruto en millones de \$)*

CATEGORÍAS	Gasto
Gastos de personal y otros gastos conexos	30,1
Gastos operacionales y otros gastos directos	4,2
Servicios contractuales	0,9
Mobiliario y vehículos de equipamiento	0,6
Viajes	0,5
Suministros, materias primas y materiales	0,1
Total	36,35
Recursos disponibles	37,60
% de ejecución	96,7 %

* 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.

Si bien la tendencia hacia una mayor financiación EP parece mantenerse, también será probable mantener la prestación de la asistencia técnica del ITC en los futuros niveles del presupuesto ordinario.

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, así como el seguimiento y la supervisión.

- **\$6,18 millones** de ingresos en concepto de apoyo a los programas en 2018, además de \$1,18 millones de 2017 trasladados a cuenta nueva.
- **\$3,72 millones** de gastos en concepto de costos de apoyo a los programas.
- **\$3,64 millones** de saldo en la cuenta de apoyo a los programas al final del ejercicio.

La reforma presupuestaria de las NACIONES UNIDAS

La Asamblea General de las Naciones Unidas ha aprobado, con carácter de prueba, un cambio del período presupuestario bienal a uno anual para la Secretaría de las Naciones Unidas. Con este cambio se pretende mejorar la gestión del desempeño, la planificación y la presentación de informes sobre el uso de los recursos. Conllevará cambios como un nuevo formato presupuestario y requisitos de presentación de información complementaria a los órganos examinadores, un nuevo calendario para la elaboración y la presentación de los presupuestos, la suspensión de los informes de mitad de período y el fin de la práctica de traslado a cuenta nueva de los fondos no gastados al final del ejercicio.

TABLA 3 Gasto extrapresupuestario en 2018 (bruto en millones de \$)

CATEGORÍAS	Gasto
Expertos técnicos y otros miembros del personal	44,0
Gastos operacionales y otros gastos directos	7,6
Viajes	6,9
Servicios contractuales	2,3
Trasferencias y subvenciones concedidas a asociados en la ejecución	2,1
Equipamiento, vehículos y mobiliario	0,8
Suministros, materias primas y materiales	0,1
Total	63,9

TABLA 4 Gasto extrapresupuestario por área de interés en 2018 (bruto en millones de \$)

ÁREAS DE INTERÉS	Gasto
Facilitación de inteligencia comercial y de mercado	5,6
Creación de un entorno propicio a la actividad empresarial	7,4
Fortalecimiento de las instituciones de apoyo al comercio y la inversión	4,6
Conexión con las cadenas de valor internacionales	15,5
Promoción e integración de un comercio inclusivo y ecológico	19,6
Apoyo a la integración económica regional y a las relaciones Sur-Sur	9,8
Corporativo	1,4
Total	63,9

Entretanto, la otra organización matriz del ITC, la OMC, mantendrá su actual proceso presupuestario bienal. Si la Asamblea General de las Naciones Unidas adoptara la nueva elaboración anual de los presupuestos con carácter permanente, los trámites administrativos relacionados con el presupuesto del ITC se verán afectados.

Por otra parte, y también en relación con la interacción de los procedimientos presupuestarios de sus organizaciones matrices, el PO del ITC en francos suizos se ha reducido en varias ocasiones en los últimos años. 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 de que ambas organizaciones matrices aporten contribuciones EP equitativas no funcionó simétricamente: la OMC tuvo que igualar los ajustes a la baja de las Naciones Unidas motivados por el ajuste de los costos, mientras que sus ajustes al alza —que la OMC no podía igualar— no se ejecutaron.

En respuesta a este desafío, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó en diciembre de 2018 un acuerdo de ajuste de los costos revisado para el ITC que se traducirá en un presupuesto estable en francos suizos, incluso aunque el importe en dólares del presupuesto del programa de las Naciones Unidas varíe en función de las fluctuaciones de los tipos de cambio.

Gestión de recursos humanos

Entre las máximas prioridades del equipo de gestión de recursos humanos del ITC en 2018 se incluía el refuerzo de la política de tolerancia cero con las conductas prohibidas; la continuación del trabajo dirigido a lograr la igualdad de género en el seno de la organización; la actualización de las políticas y los sistemas concernientes al equilibrio entre el trabajo y la vida personal; la mejora de los procesos de contratación; el diseño y el despliegue de un marco de desarrollo del talento; y la incorporación de los conjuntos de competencias del personal del ITC a una base de datos para identificar las carencias y facilitar la planificación de la fuerza de trabajo.

Tolerancia cero con las conductas prohibidas

El ITC aplica una política de tolerancia cero desde 2010, en consonancia con la política de las Naciones Unidas, con las conductas prohibidas, que engloba la discriminación, el acoso (incluido el acoso sexual) y el abuso de autoridad. Esto quiere decir que el ITC, en el marco de su compromiso con un entorno de trabajo seguro y equitativo, pone a disposición de su personal métodos para denunciar el acoso sexual y buscar ayuda, apoya a las víctimas de acoso sexual y protege a los denunciantes de irregularidades. Al personal, en especial a los gerentes, se le recuerdan periódicamente sus responsabilidades de denunciar el acoso y apoyar a las víctimas.

En 2018, el ITC impulsó esta política de tolerancia cero requiriendo al personal que leyera y aceptara un nuevo conjunto de directrices en las que se aclaraban los estándares de comportamiento, y que completara —entablando un diálogo con los supervisores— el módulo de la Oficina de Ética de las Naciones Unidas «Normas de conducta: ¿Qué se espera de mí?» El equipo de recursos humanos del ITC organizó programas de capacitación para el personal interesado sobre prejuicios inconscientes e inclusividad en el lugar de trabajo, y supervisó el cumplimiento del personal con los requisitos de capacitación obligatoria en materia de acoso, unos requisitos que también se extendieron a los consultores y los contratistas.

Paridad de género

El ITC siguió avanzando hacia la igualdad de género mediante actividades de divulgación específicas para atraer a mujeres profesionales cualificadas y también por medio de un cuadro de mando integral mensual para supervisar los avances en pos de la paridad de género. A finales de 2018, el porcentaje de mujeres profesionales que trabajaban para el ITC había alcanzado el 44 % del total —frente al 41 % del año anterior— con un 54 % en el nivel P-2 y un 52 % en el nivel P-3. El porcentaje de mujeres empleadas en el nivel P-4 avanzó hacia la paridad. La Directora Ejecutiva del ITC ha reiterado su compromiso de alcanzar la paridad de género en los niveles más profesionales para 2020, y seguidamente la paridad en el nivel P-5 para 2023.

Además, el ITC se asoció con la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) para lanzar un programa conjunto de mentoría encaminado a abordar las carencias del entorno propicio para las mujeres líderes. Los participantes recibieron apoyo en fases críticas de sus carreras profesionales de la mano de líderes del ITC y de la UIT, tanto hombres como mujeres. Los alumnos han gozado de acceso a oportunidades de creación de redes entre organizaciones y de aprendizaje a través de la experiencia sobre la superación de los desafíos relacionados con el trabajo y el desarrollo de competencias de gestión.

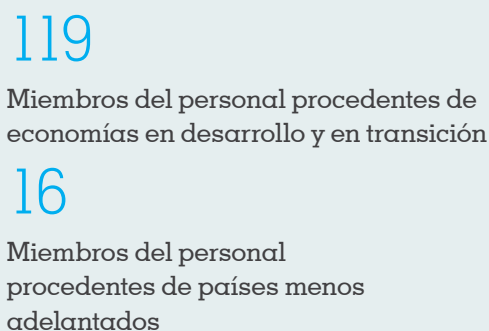
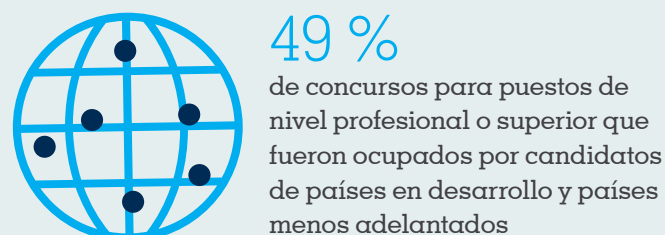
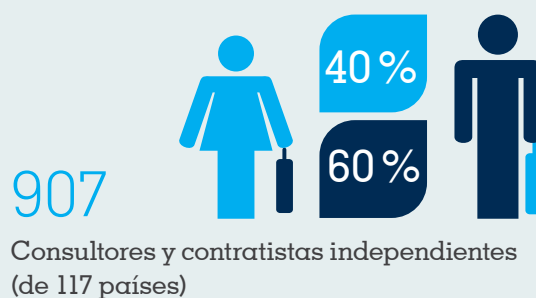
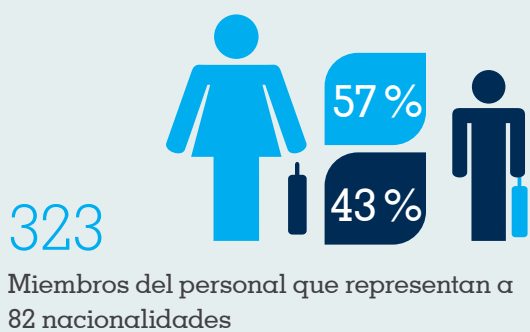
Equilibrio entre el trabajo y la vida personal

En marzo de 2018, a raíz de una encuesta realizada entre los miembros del personal, el ITC reforzó sus políticas relacionadas con el equilibrio entre el trabajo y la vida personal para crear un entorno laboral propicio, mejorar el compromiso y la productividad del personal, y reforzar la gestión basada en resultados dando para ello prioridad al desempeño individual, y ayudando al personal a gestionar mejor las demandas en relación con su tiempo.

La posibilidad de utilizar opciones favorables al equilibrio entre el trabajo y la vida personal, como el teletrabajo y el escalonamiento en los horarios de trabajo, incluidas las medias jornadas y unas pausas para comer más breves, se hizo extensiva a los trabajadores a tiempo parcial.



Recursos humanos del ITC en cifras



Primeras impresiones



Yu Zhang

Oficial profesional subalterno,
Oficina para Asia y Pacífico
(China)

Mi trabajo consiste en apoyar el diseño y la ejecución de proyectos de asistencia técnica relacionada con el comercio en la región de Asia Pacífico, particularmente en países menos adelantados. He visto personalmente cómo el ITC ayuda a las pymes mediante el desarrollo de capacidades y el fomento de cadenas de valor más robustas. En 2018 formé parte del equipo del ITC que apoyó la participación de casi 100 mipymes de 20 países en la Expo Internacional de Importaciones de China de 2018, que tuvo lugar en Shanghái, donde se alcanzaron acuerdos provisionales por valor de \$116 millones. El ITC me ha brindado excelentes oportunidades laborales y me siento muy honrado de trabajar con compañeros tan brillantes de todo el mundo en el ITC.



Judith Fessehaie

Oficial de programas sobre
políticas, SheTrades, Cadenas de
Valor Inclusivas y Sostenibles
(Italia)

Hace poco que formo parte del programa Empoderamiento Comercial de las Mujeres del ITC. He llegado en un momento muy interesante porque la iniciativa SheTrades está creciendo muy deprisa, tanto en sus proyectos nacionales como en su alcance. Estamos avanzando de la prestación de servicios de desarrollo de capacidades y apoyo para acceder al mercado dirigidos a mujeres empresarias y productoras, a abordar, desde una perspectiva más integral, los obstáculos estructurales con los que se enfrentan las mujeres en la economía, promoviendo reformas políticas a escala nacional y regional, así como una agenda mundial sobre comercio y género. Estoy encantada de estar en el ITC, trabajando con equipos motivados y dinámicos que poseen la extraordinaria capacidad de avanzar de proyectos empresariales a definir la agenda mundial para el comercio inclusivo y sostenible.



Cintia de Lima Cardoso

Asistente de datos e información,
Inteligencia Comercial y de Mercado
(Brasil)

Antes del unirme al equipo de Inteligencia Comercial y de Mercado del ITC, trabajaba como periodista. Ya entonces admiraba la labor de la organización y la calidad de sus datos. Por eso tenía tantas ganas de formar parte del personal del ITC. Mis tareas principales consisten en traducir información muy técnica en términos cotidianos y difundir la buena noticia de que los obstáculos invisibles al comercio —es decir, las medidas no arancelarias— se pueden superar.

El ITC mejoró su sistema interno en línea para el seguimiento de las medidas adoptadas a nivel directivo en relación con las solicitudes para acogerse a las medidas de flexibilidad para el equilibrio entre el trabajo y la vida personal, promoviendo su facilidad de uso. El ITC también introdujo un conjunto de principios progresivos de equilibrio entre el trabajo y la vida personal para reforzar la rendición de cuentas entre los supervisores y el personal, garantizando a los miembros del personal un juicio imparcial y la presunción de que las solicitudes se aprobarán en la mayor medida posible, adquiriendo al mismo tiempo el compromiso del personal y de los supervisores de utilizar las medidas de flexibilidad en el trabajo de un modo productivo.

Contratación y selección

En 2018, el equipo de recursos humanos puso a prueba una herramienta estandarizada en el sector para la evaluación de la inteligencia emocional en los procesos clave de contratación, y comprobó que resulta útil para identificar a los candidatos que cumplen los requisitos actuales y previstos de un puesto. Este enfoque contextual con respecto a la selección es un complemento útil para los métodos de selección tradicionales.

Marco de desarrollo del talento

El ITC diseñó y desplegó un Marco de Desarrollo del Talento que consta de asesoramiento profesional, mentoría, participación en procesos simulados de selección para la obtención de un puesto de trabajo, y formación sobre capacidades personales y profesionales. El objetivo de este marco consiste en fomentar el desarrollo de los recursos humanos internos del ITC con el fin de potenciar al máximo la eficacia personal e institucional.

Planificación de la fuerza laboral

Una base de datos de competencias profesionales del ITC desarrollada en 2018 servirá de compendio, actualizado periódicamente, de las competencias del personal con el fin de potenciar al máximo su uso y de identificar las lagunas en relación con las competencias. La información contenida en la base de datos se incorporará al despliegue de la planificación de la fuerza de trabajo del ITC, así como al aprendizaje y al desarrollo.



El laboratorio de innovación del ITC

El laboratorio de innovación del ITC se creó en respuesta a la necesidad de adaptarse ágilmente a los cambios en el modo en que desempeñan su actividad comercial las empresas y prestan la asistencia técnica los agentes para el desarrollo. Busca preparar a las personas y a los equipos de toda la organización para que puedan aprovechar las nuevas tecnologías y los nuevos modelos de negocio con el fin de velar por que la organización pueda seguir transformándose constantemente para seguir siendo pertinente para las necesidades de sus clientes.

En el ITC, la innovación se traduce en una cultura de revisión de los planteamientos, de generar y poner en práctica ideas nuevas, y de compartir las lecciones aprendidas, todo con el objetivo de prestar asistencia técnica relacionada con el comercio más eficazmente, aumentando al mismo tiempo la rentabilidad.

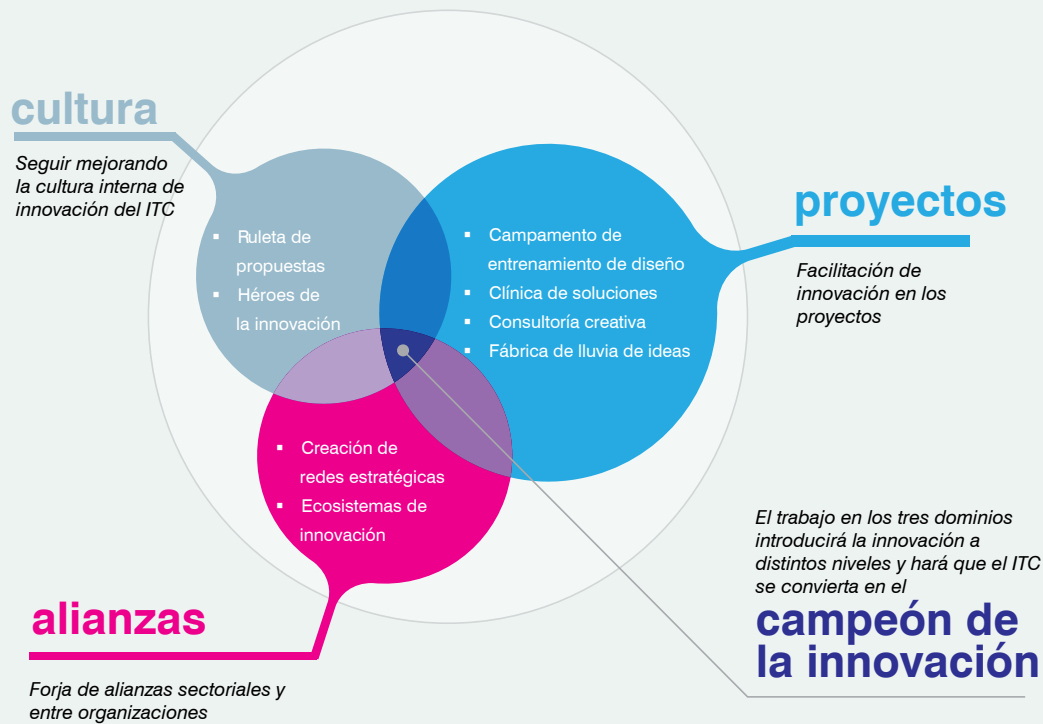
Desde su creación en 2014, el laboratorio de innovación ha dirigido distintas actividades, en colaboración con los equipos del ITC y con expertos externos, para promover la innovación en el diseño y la ejecución de los proyectos. En 2018, el laboratorio creó y dirigió nuevos programas, como la identificación de Campeones de la Innovación en el seno del ITC y la celebración de eventos periódicos para presentar a los compañeros nuevas herramientas y aplicaciones potencialmente útiles. Sobre la base de los comentarios de los usuarios y los asociados, modificó su cartera para incluir, por ejemplo, una versión más breve del Campamento de Entrenamiento sobre Innovación, una capacitación que parte de un diseño centrado en las personas para el desarrollo de soluciones.

El laboratorio no cuenta con personal especializado, sino con personas de distintas áreas del ITC que se ofrecen voluntariamente para colaborar en sus actividades. En 2018, el ITC asignó \$200 000 de la financiación básica para respaldar el trabajo del laboratorio de innovación.

Aspectos destacados de 2018

- **674 personas** adquirieron conocimientos sobre pensamiento creativo e innovación en el comercio por medio de actividades como: los Premios a los Héroes de la Innovación, el Esprint de Innovación, la conferencia de Ahimsa, reuniones con los donantes y sesiones de presentación
- **3 mejoras** de los procesos internos dieron lugar a: la utilización del sistema de gestión de las relaciones con los clientes (CRM), la revisión de los servicios de la Biblioteca del ITC y la incorporación de la perspectiva de género
- **5 nuevas colaboraciones** establecidas con: expertos individuales, el Geneva Creativity Centre, Ahimsa Fund y el Master Trainer Institute. El laboratorio se adhirió a la Red de Innovación de las Naciones Unidas.
- **121 personas** recibieron capacitación sobre métodos y herramientas de innovación en toda la organización dentro de sesiones de Clínica de Soluciones, sesiones de lluvia de ideas, el Campamento de Entrenamiento sobre Innovación y el Esprint de Innovación.
- **10 iniciativas** de innovación en los proyectos incubadas. Cinco proyectos se han presentado ya a un público externo, dos se encuentran en la fase inicial de desarrollo y cinco se graduaron en el campamento de entrenamiento en noviembre.
- **5 iniciativas** del ITC impulsaron el laboratorio con sus aportaciones: las actividades del proyecto YEP de Gambia sobre pensamiento de diseño, un taller del Esprint de Innovación propiciado en el seno de la iniciativa sobre migración y desplazamiento; y aportaciones ofrecidas a los grupos de trabajo sobre la oferta digital y la incorporación del medio ambiente.

FIGURA 5 Los tres dominios y las actividades principales del laboratorio de innovación



El trabajo del laboratorio

Para cumplir su misión en 2018, el laboratorio de innovación trabajó en tres ámbitos: cultura, proyectos y asociaciones.

En cada uno de ellos, realizó actividades encaminadas a introducir y fomentar la innovación en distintos niveles de la organización.

Novedades de 2018

Innovación en los proyectos

- En enero de 2018 se presentó **Bootcamp 555**, un nuevo modelo de campamento de entrenamiento de la innovación. En lugar de seguir un modelo bimestral como el campamento original, el Bootcamp 555 ofrecía a cinco equipos cinco días de capacitación intensiva sobre el diseño centrado en las personas, seguidos de un período de incubación de cinco meses. Se impartió capacitación a 20 personas y ya hay un proyecto que ha avanzado a la fase de ejecución.
- **Capacitación de capacitadores en diseño centrado en las personas (YEP, Gambia)** Dentro del proyecto Empoderamiento de los Jóvenes (YEP), el laboratorio de innovación capacitó a 15 formadores de Gambia en diseño centrado en las personas. De ellos, seis prosiguieron con la capacitación para convertirse en capacitadores de Pensamiento de Diseño (Design Thinking) y ahora están trabajando con la incubadora de empresas de nueva creación de Gambia y ya han impartido capacitación a 60 jóvenes emprendedores gambianos sobre cómo aplicar la metodología en sus empresas.

Serie técnica

La serie técnica consta de una serie de sesiones auspiciadas por el laboratorio de innovación y en las que se presenta lo último en tecnología, herramientas y aplicaciones para ayudar al personal del ITC en su trabajo diario.

Cultura de innovación

Campeones de la Innovación

Campeones de la Innovación es un programa piloto en el que participan asesores, generadores de ideas e *influencers* para promover la innovación en la organización. En el marco de este programa, miembros del personal de distintos niveles de la organización colaboran en la aplicación de la innovación en los proyectos y los procesos; el fomento de la innovación a todos los niveles, en especial el institucional; y el establecimiento de contactos más amplios con los asociados del ITC.

Asociaciones

Esprint de Innovación en Favor de las Oportunidades Económicas de las Poblaciones Desplazadas

En colaboración con el Creativity Centre de Ginebra, el laboratorio diseñó e impartió un taller basado en un esprint rápido sobre innovación de ocho horas de duración. Quince personas de la zona de Ginebra se dieron cita para generar ideas, desarrollar soluciones y presentar sus propuestas.

Red de Innovación de las Naciones Unidas (UNIN)

El laboratorio aumentó su presencia en el ecosistema de la innovación de Ginebra y las Naciones Unidas y dio un paso clave: se unió a la Red de Innovación de las Naciones Unidas. En el marco de su pertenencia a la red, el laboratorio tiene acceso a información sobre innovación de todo el Sistema de las Naciones Unidas, así como la oportunidad de presentar seminarios web centrados en la innovación y participar en ellos.



1.-2. Taller del Campamento de Entrenamiento sobre Innovación 3. El orador principal Réginald Bien-Aimé en la clausura del Campamento de Entrenamiento sobre Innovación 4. Campeones de la Innovación 2018-2019

Lecciones extraídas

Durante la ejecución de sus actividades, el laboratorio identificó enseñanzas y también desafíos a tener en cuenta en 2019.

- Se determinó que la comunicación era un área básica para promover la concienciación en la organización sobre la función del laboratorio de innovación y sus servicios, y sobre la innovación en el trabajo del ITC en general. En consecuencia, el laboratorio ha formulado una estrategia de comunicación para 2019.
- En respuesta al incremento de la demanda de los servicios del laboratorio, sus miembros están trabajando en la actualización de su estructura de gobernanza con el fin de gestionar la demanda adecuadamente.
- El laboratorio posee gran experiencia interna, algo que valoran los participantes en sus distintas actividades (el Campamento de Entrenamiento sobre Innovación, la serie técnica sobre innovación, las sesiones de lluvia de ideas dirigidas, las clínicas de soluciones, etc.). De cara al futuro, el laboratorio considerará la organización de actividades con personal interno en lugar de contratar a facilitadores externos.
- Para lograr la máxima participación, el calendario del laboratorio debe ser flexible y tener en cuenta las distintas cargas de trabajo de los miembros de la organización.

Próximos pasos

El año 2018 destacó por el crecimiento y el reconocimiento de la capacidad de ejecución del laboratorio. En consonancia con su plan estratégico a tres años, el laboratorio de innovación seguirá realizando actividades como el Campamento de Entrenamiento sobre Innovación y los premios a los Héroes de la Innovación, a la vez que dirige nuevas iniciativas como la creación de un juego de herramientas de metodologías de innovación adaptado al ITC, explorar la manera de incorporar la innovación en el ciclo de los proyectos y ampliar la colaboración con asociados externos.

Comunicación y difusión

La difusión de las comunicaciones del ITC a través de los medios sociales y tradicionales tiene por objeto dar visibilidad a sus proyectos, herramientas, análisis de políticas y promoción en apoyo del comercio inclusivo.

En 2018, la organización prosiguió en sus esfuerzos por colaborar con medios influyentes en los países beneficiarios y financiadores, y los resultados fueron muy positivos en términos de cobertura de la prensa: las menciones en los medios de comunicación prácticamente se duplicaron, con un incremento del 99 %, situándose en 12 742. Fuentes informativas de carácter mundial como Bloomberg y Reuters siguen utilizando datos del ITC en su cobertura comercial, al igual que un amplio abanico de proveedores de los medios de comunicación nacionales. Las iniciativas del ITC fueron recogidas por medios de comunicación locales y nacionales, así como por medios informativos regionales y mundiales. El ITC también transmitió su mensaje a través de la prensa mediante artículos de opinión y entrevistas en medios impresos y televisivos.

El sitio web del ITC registró más de 3,7 millones de páginas vistas en 2018, un 6 % más que en el año anterior. Estas visitas tuvieron lugar en el transcurso de 1,94 millones de sesiones de usuarios, un 7 % más que el año anterior. Las noticias, los comunicados de prensa y las circulares de los medios sobre el trabajo del ITC registraron 137 000 visualizaciones. El Forum de Comercio Internacional, la publicación trimestral del ITC, registró 274 000 páginas vistas a lo largo del año. El ITC modernizó y relanzó su boletín corporativo, proporcionando actualizaciones periódicas sobre sus proyectos, eventos y publicaciones a casi 14 000 destinatarios de correo electrónico.

Las redes sociales siguen creciendo como una vía a través de la que el ITC divulga noticias sobre proyectos, eventos y publicaciones, así como para contactar directamente con un público más amplio. Durante 2018, el número de seguidores de la principal cuenta de Twitter del ITC (@ITCnews) creció un 24 %, con un total de 27 751. La cuenta de LinkedIn del ITC también se incrementó en un 24 %, hasta los 32 749. En Facebook, los seguidores de la organización se incrementaron en un 17 %, hasta los 20 881. Tras empezar a utilizar Instagram en 2017 para llegar a un público más joven, los seguidores del ITC aumentaron en un 43 %, situándose justo por encima de los 3 500.

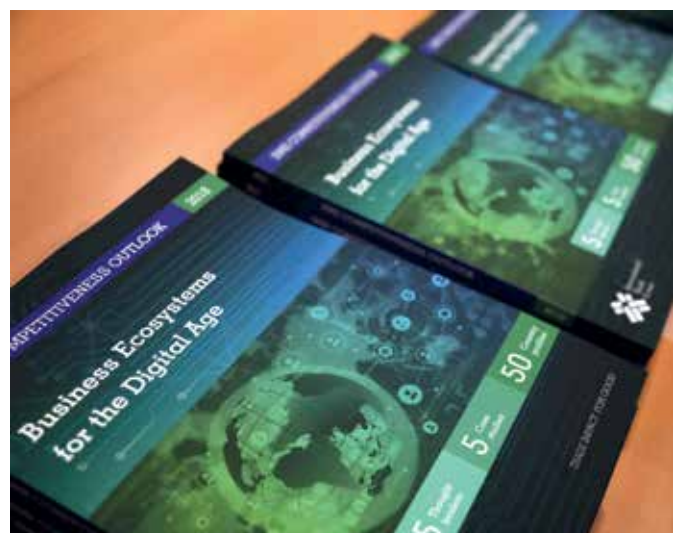
Las campañas en las redes sociales en formato de vídeo y gráficos centraron la atención y el tráfico en línea en el trabajo del ITC.

Como innovación especialmente popular destacó una serie de vídeos de corta duración, a menudo acompañados de artículos en el sitio web, con información sobre las herramientas de inteligencia comercial y de mercado del ITC, con el hashtag #ITCdata. Las descargas de vídeos del ITC y las visualizaciones de estos en distintas plataformas, entre ellas YouTube, aumentaron en un 14 %, hasta superar las 263 000.

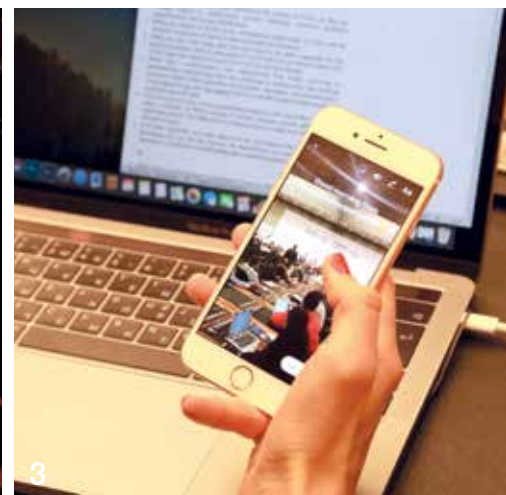
Publicaciones

Las publicaciones que ofrecen análisis sobre políticas y mercados pertinentes para las empresas, los gobiernos y los investigadores, representan un componente clave de la difusión externa del ITC.

La promoción de la competitividad de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) en la economía digital fue un tema recurrente en las 45 publicaciones del ITC



Perspectivas de competitividad de las pymes 2018



1. Stand del ITC en el Foro Público de la OMC 2018 2. Día Internacional de la Mujer 2018 3. El ITC en acción en las redes sociales

1,94 millones

visitantes del sitio web del ITC
(un incremento del 7 % frente a 2017)



3,7 millones

Visualizaciones en línea de las páginas del ITC
(un incremento del 6 % frente a 2017)

12 742

menciones en los medios de comunicación
(un incremento del 99 % frente a 2017)



32 278

descargas de publicaciones

Seguidores en las redes sociales
(un incremento con respecto a 2017)



Facebook	17 %
Twitter	24 %
LinkedIn	24 %

lanzadas en 2018. También se abordaron otros temas como la inversión china en África o la utilización de la demanda de exportación para crear puestos de trabajo para las mujeres en Jordania. Una *Guía empresarial sobre el Acuerdo por el que se Establece la Zona de Libre Comercio Continental Africana* aportaba ideas acerca de cómo las empresas de todos los tamaños pueden beneficiarse de las iniciativas en curso hacia una economía africana sin fronteras. Se lanzaron publicaciones en árabe, francés y chino dirigidas a públicos específicos regionales.

El total de descargas de Internet de las publicaciones de 2018 y años anteriores fue de 32 278. Las publicaciones más descargadas fueron la *Guía del café del ITC*, *Contratos modelo para pequeñas empresas*, *Perspectivas de competitividad de las pymes 2018*, y el informe *Estado de los mercados de sostenibilidad*. El ITC está vinculando cada vez más el lanzamiento y la comercialización de sus publicaciones a la promoción de eventos y noticias para aprovechar el interés de los medios y llegar a un público más amplio.

La cuarta edición del emblemático informe anual del ITC, *Perspectivas de competitividad de las pymes 2018: ecosistemas empresariales para la era digital* analizaba el modo en que las plataformas de internet están cambiando la forma de hacer negocios de las pequeñas empresas. Proponía un programa sobre cómo pueden actuar los distintos actores del ecosistema empresarial, como las organizaciones de promoción del comercio y la inversión, las instituciones que proporcionan capacitación profesional y los órganos de aseguramiento de la calidad, para obtener un mayor acceso a los beneficios de la digitalización y lograr que el comercio y el crecimiento sean más inclusivos.



Eventos del ITC

Eventos principales

SheTrades Global

Del 6 al 27 de junio, Liverpool

El evento más importante del ITC sobre el empoderamiento económico de las mujeres congregó en Liverpool a 500 mujeres empresarias y propietarias de empresas de 56 países que participaron en sesiones sobre financiación, inversión, negociaciones contractuales y datos para la toma de decisiones. Se celebraron más de 650 reuniones de contacto entre empresas de las que surgieron oportunidades de negocio por valor de \$7,5 millones.

El Día de las Mipymes: conectar a los jóvenes con las empresas

27 de junio, Ginebra y Nueva York

El ITC lideró el segundo Día Internacional de las Microempresas y las Pequeñas y Medianas Empresas, dedicado a promover la figura de las mipymes como catalizadoras del empleo juvenil y el emprendimiento entre los jóvenes. Se convocaron actos en Ginebra y Nueva York en los que se dieron cita jóvenes emprendedores y expertos del sector privado y de la comunidad diplomática para estudiar la forma de superar los obstáculos, como el acceso a la financiación, que impiden que los jóvenes emprendedores puedan aprovechar las oportunidades empresariales que brindan las megatendencias actuales como la tecnología y el cambio climático.

Foro Mundial para el Desarrollo de las Exportaciones

11 y 12 de septiembre, Lusaka

El evento estrella del ITC congregó en la capital de Zambia a más de 1 200 asistentes de empresas, la comunidad política, organizaciones comerciales y organismos internacionales para hablar de negocios y hacer negocios. En una Desconferencia sobre los Jóvenes, jóvenes líderes dieron voz a sus deseos, preocupaciones y demandas relacionadas con un mundo empresarial sin fronteras en la Zona de Libre Comercio Continental Africana. Jóvenes empresarios sociales presentaron

ideas empresariales, exhibiendo talento innovador de toda África. Las sesiones plenarias trataron la creación de empleo, los agronegocios, la financiación verde y los riesgos de inversión en África. En los encuentros de contacto entre empresas se fraguaron 1 500 oportunidades de negocio en el sector agroalimentario y en las industrias conexas. Las oportunidades de asociación y desarrollo de capacidades técnicas trataron cuestiones como el envasado, la inversión en capacitación relacionada con competencias profesionales y el aprendizaje en línea a través de la Academia de Comercio para Pymes del ITC, y la inversión. En la conferencia se presentó también el capítulo de Zambia de la iniciativa SheTrades.

Foro de Comercio para el Desarrollo Sostenible (T4SD)

Del 1 al 3 de octubre, Ginebra

La edición de 2018 analizó el Objetivo 12 de Desarrollo Sostenible —consumo y producción sostenibles— y su relación con las cadenas de valor sostenibles. El evento congregó a más de 160 representantes de empresas privadas, gobiernos, organismos de normalización y organizaciones internacionales. El foro se ha convertido en el principal encuentro anual para analizar la sostenibilidad en las cadenas de valor.

Conferencia y Premios de las Organizaciones Mundiales de Promoción del Comercio

25 y 26 de octubre, París

En colaboración con Business France, la doceava edición de la conferencia de las OMPC congregó a más de 85 países y 150 organizaciones de promoción del comercio y la inversión para compartir experiencias sobre éxitos cosechados y desafíos futuros. El tema —«Ecosistemas de comercio e inversión, actuar para crecer»— reflejaba la función que desempeñan estas instituciones en los ecosistemas de apoyo al comercio. Además de los discursos inaugurales, las mesas redondas y las sesiones técnicas, en la conferencia se premió a organizaciones de promoción del comercio y la inversión de todo el mundo que cosechan excelentes resultados.



1. SheTrades Global 2018, Reino Unido 2. Foro Mundial para el Desarrollo de las Exportaciones 2018, Zambia 3. Conferencia de las Organizaciones Mundiales de Promoción del Comercio 2018, Francia 4. Día de las Mipymes 2018, Suiza

Otros aspectos destacados

Un tema constante entre los muchos otros eventos organizados o coauspiciados por el ITC fue el de dar voz a las empresas en los debates sobre el emprendimiento y los jóvenes, la facilitación del comercio, el cambio climático, el comercio electrónico, la migración y el acceso a la financiación, entre otros. Algunos aspectos destacados fueron:

Día Internacional de la Mujer, 7 de marzo, Ginebra. El ITC y Maersk, una empresa dedicada al transporte marítimo, conmemoraron el Día Internacional de la Mujer con la organización conjunta de un evento en el que se destacó a mujeres empresarias que habían avanzado de los negocios locales al comercio mundial.

Nada que ver con los productos básicos, 20 de marzo, Ginebra. Este evento conjunto organizado por el ITC y el Foro Económico Mundial analizó nuevas oportunidades que permitan a las empresas de los países en desarrollo dejar atrás su dependencia de los productos básicos y avanzar hacia productos y comercio con mayor valor añadido.

El cambio climático y el sector agroalimentario, del 29 al 31 de octubre, Ginebra. Este evento, organizado conjuntamente con la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático contó con la asistencia del sector privado, los gobiernos y la sociedad civil. Uno de los focos fue la ejecución de estrategias de adaptación para las pequeñas empresas del sector agroalimentario.

Foro de Emprendimiento Juvenil y Autoempleo (YES), 12 y 13 de noviembre, Dakar. Organizado conjuntamente por el ITC, la Organización Internacional del Trabajo, el Fondo de las Naciones Unidas para el Desarrollo de la Capitalización, la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo y la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial, el evento constituyó una plataforma única para abordar el emprendimiento juvenil y el autoempleo para la Iniciativa Mundial sobre Trabajo Decente para los Jóvenes.



Asociaciones para un comercio de calidad

El ITC siguió reforzando sus asociaciones con organizaciones internacionales, gobiernos e instituciones nacionales y subnacionales, empresas y asociaciones del sector privado, y grupos de la sociedad civil para aprovechar la experiencia complementaria y promover el comercio de calidad, y traducirlo en mejoras sostenibles de la calidad de vida, en especial de los jóvenes, las mujeres y las comunidades de migrantes.

Gracias a estas alianzas, el ITC y sus socios pudieron ampliar su impacto en muy diversos frentes, desde cuestiones como la migración, la asistencia humanitaria y el medio ambiente hasta sectores específicos de la economía como la logística, los servicios digitales y los agronegocios.

Para potenciar al máximo la eficacia de sus asociaciones, el ITC reforzó sus procesos internos de diligencia debida para seleccionar a socios en la ejecución no tradicionales sobre la base de una evaluación de su capacidad para actuar a escala.

A continuación se incluyen algunos ejemplos ilustrativos de los distintos tipos de asociaciones forjadas por el ITC en 2018.

Organizaciones internacionales

El ITC, la **Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo** (UNCTAD) y la **Organización Mundial del Comercio** (OMC) operan conjuntamente el **Global Trade Helpdesk**, una ventanilla única que permite a las microempresas y pequeñas y medianas empresas (mipymes) acceder a inteligencia comercial y de mercado, desde aranceles aplicables hasta instrucciones sobre cómo obtener documentación esencial relacionada con el comercio. Son muchas las organizaciones internacionales y regionales que contribuyen con esta plataforma interinstitucional, por ejemplo, la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial, la Organización para la Alimentación y la Agricultura (FAO), el Banco Africano de Desarrollo (BAD), el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la Organización Mundial

de Aduanas (OMA), el Grupo Banco Mundial y la Cámara de Comercio Internacional.

El ITC es miembro activo de la iniciativa mundial de la **Organización Internacional del Trabajo** (OIT) sobre trabajo decente para los jóvenes, y lidera la esfera temática sobre emprendimiento juvenil y autoempleo. El ITC trabajó con otros entes y socios de las Naciones Unidas en el desarrollo de un plan que identifica los temas y las prioridades principales para promover el empleo juvenil a través del emprendimiento, el autoempleo y el desarrollo de competencias. La OIT fue uno de los socios con los que el ITC organizó el Foro de Emprendimiento Juvenil y Autoempleo (Foro YES) en Dakar, el Senegal.

El ITC se asoció con la **Comisión Económica de Eurasia** para promover el comercio dentro del bloque y con el resto del mundo, mejorar el entorno empresarial y reforzar el desarrollo económico sostenible entre los países pertenecientes al grupo. Esta asociación abrirá las puertas a eventos conjuntos en favor de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) de Armenia, Belarús, Kazajistán y la Federación de Rusia.

El **Banco de Desarrollo del Caribe** y el ITC firmaron un acuerdo de cooperación de amplia base para prestar asistencia a las empresas caribeñas. Ambas organizaciones están seleccionando sectores y países para las intervenciones del proyecto.

La **Unión Económica y Monetaria de África Occidental** (UEMOA, por sus siglas en francés) creó dos plataformas en línea para facilitar el comercio y promover oportunidades empresariales en África Occidental. Un Mecanismo de Alerta sobre Obstáculos al Comercio facilita la identificación y la eliminación de los obstáculos al comercio a los que se enfrentan los operadores comerciales y la plataforma ConnectUEMOA está incorporando a 7 000 empresas en línea a un mercado virtual que abarca 160 productos.



1. El ITC y Maersk acuerdan ampliar la colaboración sobre el empoderamiento económico de las mujeres 2. La Fundación UPS anuncia financiación y apoyo para la iniciativa SheTrades 3. Visita sobre el terreno a productores de ñame, Ghana. © Chocolats Halba

Hacer el bien al hacer negocios: alianzas del ITC con el sector privado

Los clientes principales del ITC operan en el sector privado: las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) que trabajan por conectar con los mercados mundiales como una vía para impulsar el crecimiento, crear empleo y reducir la pobreza.

Para cumplir este objetivo, el ITC está colaborando cada vez más con un conjunto distinto de actores del sector privado: las empresas más grandes que lideran las cadenas de valor internacionales que imperan actualmente en el comercio mundial. Estas colaboraciones sirven para múltiples fines: Permiten aprovechar los recursos financieros y técnicos y la experiencia de las corporaciones y las fundaciones del sector privado para buscar soluciones a los obstáculos a los que tienen que hacer frente las mipymes de los países en desarrollo. Permiten a las empresas líderes ampliar sus redes de proveedores, y a las mipymes hallar nuevos compradores e inversores. Y propician que la tecnología y las prácticas de logística y empresariales más vanguardistas se extiendan a través de la cadena de valor desde las grandes empresas hasta las pequeñas, mejorando la calidad, la productividad y la eficiencia, y aumentando la trazabilidad y la rendición de cuentas.

Las asociaciones empresariales del ITC —con el sector privado, para el sector privado— giran en torno a la creación de valor: mayores oportunidades comerciales gracias a la asociación con el ITC, pero también cadenas de valor más responsables desde el punto de vista medioambiental y socialmente inclusivas, que aprovechan al máximo su potencial para contribuir al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

En la práctica, la colaboración del ITC con empresas más grandes ha adoptado distintas formas. En el modo de cooperación predominante las empresas se convierten en compradoras de las mipymes clientes del ITC. Esto se ha producido gracias a eventos de contacto entre empresas, otros tipos de vínculos auspiciados como los lazos fomentados por la Iniciativa de Moda Ética del ITC entre artesanos de pequeña

Valor estimado de las exportaciones y las inversiones resultantes de la inteligencia de mercado del ITC, las conexiones empresariales y el apoyo a las instituciones de apoyo al comercio y la inversión



escala e importantes casas de moda de talla mundial, y contactos en línea propiciados por las plataformas Sustainability Marketplace y SheTrades del ITC. El ITC también colabora, y cada vez con más frecuencia, en el fomento de la inversión conjuntamente con vínculos comerciales, como, por ejemplo, con sus iniciativas Apoyo al Comercio y la Inversión de la India en África (SITA) y Alianza para el Crecimiento y la Inversión en África (PIGA). Los socios del sector privado del ITC también han colaborado en labores de capacitación. En 2018, el ITC revisó su enfoque con respecto al trabajo con las empresas del sector privado, fijando unos parámetros claros para identificar a socios potenciales, y estableciendo unas directrices para la reducción de los riesgos para su reputación y de otra índole.

Total de contribuciones económicas y en especie de los socios del sector privado en 2018: **\$1 millón**



4-5. Solicitantes de asilo que han recibido capacitación sobre marroquinería en la cooperativa social de Lai Momo, Italia 6. Lanzamiento de una publicación conjunta con Huawei, WEDF 2018, Zambia

SheTrades y UPS: mejora de la logística para aumentar la competitividad de las mujeres empresarias

En colaboración con el gigante mundial de la logística UPS y su rama benéfica, la **Fundación UPS**, el ITC está trabajando en la mejora de la competitividad de las mujeres empresarias en el comercio a través del desarrollo de capacidades y de una plataforma para el intercambio de mejores prácticas. El proyecto trabajará con mujeres empresarias y con instituciones de apoyo al comercio y la inversión a escala mundial, con actividades en línea, y también a escala nacional, con actividades en los países en México, Nigeria, los Emiratos Árabes Unidos y Viet Nam. Los países se seleccionaron sobre la base de la prioridad geográfica y la presencia local. El ITC también está trabajando con **Maersk**, la empresa dedicada al transporte de contenedores marítimos, para mejorar los conocimientos de las mujeres sobre los desafíos relacionados con la logística para hacer negocios transfronterizos.

Cooperación en Ghana: aumento de los ingresos y fomento de la resiliencia para los productores de cacao y ñame

En Ghana, el ITC trabaja desde 2016 con un grupo de actores de los sectores público y privado para impulsar la calidad de vida, la resiliencia climática y la diversificación de los ingresos de los agricultores productores de cacao y ñame. Junto con **Chocolats Halba**, una división del minorista suizo **Coop**, la **Unión de Agricultores de Kuapa Kokoo**, **Niche Cocoa**, la **Fundación Max Havelaar**, **Fairtrade Africa**, el **Consejo para el Desarrollo del Ñame de Ghana** y el Gobierno de Ghana, el ITC ha impulsado la cooperación entre los actores de la cadena de valor y ha propiciado la inversión de miles de dólares en los sectores del cacao y el ñame del país. Los agricultores destinatarios directos del proyecto han aumentado sus ingresos, por término medio, en un 22 %. La Unión de Agricultores de Kuapa Kokoo está ahora introduciendo prácticas mejoradas de adaptación y mitigación de los riesgos climáticos. Entre 2019 y 2023, la asociación se propone ampliar las inversiones para mejorar la productividad y la calidad de los cultivos, y reducir la dependencia excesiva de los monocultivos y la consiguiente vulnerabilidad a las fluctuaciones de los precios.

Huawei: desarrollo de capacidades para la competitividad de los servicios

Esta colaboración con la empresa china del sector de las telecomunicaciones **Huawei** se propone ayudar a los países en desarrollo a aprovechar las oportunidades que ofrece el comercio internacional de servicios ayudando a las mipymes a aprovechar las nuevas tendencias, como el comercio electrónico y digital, y apoyando al mismo tiempo a los gobiernos y a las instituciones de apoyo al comercio y la inversión (IACI) en el diseño de mejores políticas. El ITC y Huawei lanzaron una publicación conjunta en 2018, *Faster customs, faster trade: Using technology for trade facilitation* (Aduanas más rápidas, comercio más rápido: utilizar la tecnología para facilitar el comercio). Huawei sufragará los costos de la impartición de los programas de capacitación desarrollados conjuntamente sobre tecnología digital e innovación en la tecnología de la información y la comunicación en países en desarrollo.

SheTrades Invest: financiación de mipymes pertenecientes a mujeres

En colaboración con **GroFin**, una empresa de financiación para el desarrollo, el ITC lanzó **SheTrades Invest**, una iniciativa diseñada para aumentar la inversión en empresas pertenecientes a mujeres en 14 países. Esta colaboración facilitará el acceso a la financiación a mujeres empresarias de Côte d'Ivoire, Egipto, Ghana, el Iraq, Jordania, Kenya, Nigeria, Omán, Rwanda, el Senegal, Sudáfrica, Uganda, la República Unida de Tanzania y Zambia. Ayudará a reforzar la capacidad financiera y de gestión de las mujeres empresarias, a mejorar su preparación para la financiación, y conectarlas con inversores de impacto y financiadores.

DHL: mejorar la logística para ayudar a las pequeñas empresas a acceder al comercio electrónico

DHL Logistics y el ITC siguieron colaborando en el desarrollo de materiales de capacitación, la prestación de servicios de consultoría y la publicación de estrategias de logística para impulsar el comercio electrónico entre las pequeñas empresas de África del Norte y el Oriente Medio.



1



2

1. El ITC y Business and Technology Incubator capacitando a refugiados en competencias informáticas, Estado de Palestina. 2. La Comunidad de África Oriental y el ITC presentan la iniciativa MARKUP

La Comunidad de África Oriental y el ITC lanzaron la iniciativa regional de \$20 millones Proyecto de Actualización del Acceso al Mercado (MARKUP) concebida para abordar las limitaciones del acceso al mercado y las debilidades en relación con la oferta.

El **Fondo de las Naciones Unidas para el Desarrollo de la Capitalización** (FNUDC) y el ITC lanzaron el programa Empleo, Competencias y Financiación (ECF) para las Mujeres y los Jóvenes en Gambia con el fin de ayudar a consolidar la transición democrática del país facilitando para ello la inclusión social y el empleo de las mujeres y los jóvenes mediante el desarrollo de competencias, incentivos monetarios y acceso a la financiación.

El **Marco Integrado Mejorado** (MIM), un mecanismo interinstitucional para promover el desarrollo impulsado por el comercio en países menos adelantados, se ha asociado con el ITC para promover el comercio y el empoderamiento económico de las mujeres. El MIM y la iniciativa SheTrades del ITC están trabajando en países como Gambia y Zambia para aumentar la competitividad de las mujeres emprendedoras, y están estudiando la ampliación de la cooperación en otras zonas geográficas.

El ITC también se asoció con **otras organizaciones internacionales**, entre ellas las siguientes: el Servicio de Elaboración de Normas y Fomento del Comercio (STDF), la Organización Mundial del Turismo (OMT), la Organización para la Alimentación y la Agricultura (FAO), la Organización Internacional para las Migraciones (OIM), la Organización Mundial de Aduanas, el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados, la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI), el Programa Mundial de Alimentos, la Comisión Europea, el Banco Interamericano de Desarrollo.

Instituciones de apoyo al comercio y la inversión

En colaboración con **Business and Technology Incubator** (BTI), el ITC ayudó a jóvenes y refugiados de la Franja de Gaza, en el Estado de Palestina, a aprovechar las oportunidades de trabajo basadas en internet por medio de capacitación sobre comercialización digital y aptitudes interpersonales relacionadas.

El ITC trabajó con organizaciones de apoyo al sector del cacao para ayudar al sector doméstico rural de Guinea, Liberia y Sierra Leona a aumentar sus ingresos derivados de la cadena de valor del cacao.

El ITC se asoció con **CINDE**, la agencia de promoción de inversiones de Costa Rica, en un programa triangular de apoyo por medio de cual facilitó herramientas y servicios de asesoramiento en materia de inversión a organismos de promoción de inversiones de Etiopía, Kenya, Mozambique y Zambia. La asociación no solo ayudó a los destinatarios finales; la propia CINDE descubrió que el examen de sus prácticas empresariales y la enseñanza a otros le aportaba una perspectiva nueva y valiosa.

Dubai Exports se convirtió en el centro del Oriente Medio y África del Norte para la iniciativa SheTrades del ITC. Ha destinado personal de apoyo específico, creado una base de datos de 3 000 mujeres empresarias de la región y celebrado talleres para desarrollar la capacidad de las empresas pertenecientes a mujeres para gestionar la logística comercial. Se está planificando la constitución de capítulos nacionales en otros países, entre ellos, Argelia, el Líbano y Túnez.

Otras asociaciones sectoriales, cámaras de comercio y organismos de promoción del comercio y la inversión con los que se asoció el ITC son: Gambia Horticultural Enterprises, la Asociación de Legumbres y Granos de la India, la Asociación de Productores, Fabricantes y Exportadores de Frutas y Hortalizas de Lanka, la Alianza del Sector Privado de Kenya, la Cámara de Comercio e Industria de la Mujer de Bangladesh, la Asociación Hortofrutícola de Colombia, el Organismo de Promoción de la Inversión y las Exportaciones de Sierra Leona, la Asociación de Exportadores de Productos Frescos de Kenya, la Agencia de Desarrollo del Té de Kenya y la Cámara de Comercio e Industria de Viet Nam.



3



4

3. La OMC, el ITC y la UNCTAD firman un memorando de entendimiento sobre Global Trade Helpdesk Uganda 4. Semana de la Innovación de Kampala, Uganda

Organizaciones sin fines de lucro

En Uganda, el ITC colaboró estrechamente con **Innovation Village Kampala**, el mayor centro tecnológico del país — que alberga a 130 empresas de nueva creación y a 2 000 innovadores, el 40 % mujeres jóvenes— en la organización de la Semana de la Innovación de Kampala, un evento en el que empresas de nueva creación ugandesas presentaron sus modelos de negocio y sus necesidades de inversión ante un grupo de inversores internacionales.

En Gambia, el ITC se asoció con **PUM Netherlands Senior Experts**, una organización dedicada al desarrollo de las mipymes, para evaluar oportunidades empresariales y crear programas de capacitación dirigidos a los jóvenes en el sector avícola del país.

El equipo de la Iniciativa de Moda Ética del ITC está colaborando con **Lai Momo**, una cooperativa social italiana para capacitar a solicitantes de asilo en materias como emprendimiento y marroquinería, con el fin de preparar a los aprendices con competencias para que puedan regresar a sus países de origen y colaborar con los socios empresariales sociales del ITC, en particular en Burkina Faso y Malí.

Instituciones académicas, de capacitación y de investigación

El ITC y la **IE University School of Global and Public Affairs** acordaron colaborar en un nuevo máster ejecutivo en internacionalización y comercio que se presentará en febrero de 2020. El plan de estudios abordará los grandes cambios que está viviendo el panorama comercial mundial, vinculando la tecnología con modelos de negocio transformacionales.

El ITC se ha asociado con el **Centro de Estudios sobre la OMC (CWS)** en el **Instituto Indio de Comercio Exterior (IIFT)**, con sede en Nueva Delhi, para capacitar a funcionarios comerciales del **Afganistán**, fundamentalmente del **Ministerio de Industria y Comercio** del país, pero también de los sectores académico y empresarial, en cuestiones relacionadas con la OMC y las mejores prácticas de la India en relación con la cooperación público-privada en materia de política comercial.

El ITC y el **Instituto de Hostelería y Turismo de Gambia** colaboraron en el desarrollo de planes de estudio y un programa de capacitación sobre hostelería, de seis meses de duración, dirigido a los jóvenes, para ofrecer a los habitantes de las zonas rurales del país la oportunidad de adquirir competencias en especialidades como alimentos y bebidas y organización de habitaciones, y de avanzar hacia programas de certificación, prácticas, pasantías y otras oportunidades de empleo.

El ITC también se asoció con otras instituciones educativas, entre ellas, las siguientes: Instituto Universitario Nacional de Estudios de Políticas (GRIPS) del Japón, Instituto de Capacitación de Gambia, Universidad de Kabul, Universidad Tecnológica de Tayikistán, Instituto de Tecnología Textil y de la Moda de Etiopía.

129

Países en los que intervino
el ITC en 2018





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 el 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	Todos los programas
	1.b 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 Poner fin al hambre, lograr la seguridad alimentaria y la mejora de la nutrición y promover la agricultura sostenible.	2.3 Duplicar la productividad y los ingresos de los productores de alimentos a pequeña escala, en particular las mujeres, los pueblos indígenas, los agricultores familiares, los pastores y los pescadores.	Transparencia comercial
	2.4 Asegurar la sostenibilidad de los sistemas de producción de alimentos.	Medidas no arancelarias en bienes y servicios
	2.b Corregir y prevenir las restricciones y distorsiones en los mercados agropecuarios mundiales	Apoyo a las negociaciones comerciales y a la reforma política
		Valor agregado al comercio
Objetivo 4 Garantizar una educación inclusiva y equitativa de calidad y promover oportunidades de aprendizaje permanente para todos.	4.4 Aumentar considerablemente el número de jóvenes y adultos que tienen las competencias necesarias, en particular técnicas y profesionales, para acceder al empleo, el trabajo decente y el emprendimiento	Empoderamiento comercial de las mujeres
		Empoderamiento comercial de las comunidades desfavorecidas
		Comercio para el desarrollo sostenible
		Fortalecimiento de las instituciones de apoyo al comercio y la inversión
Objetivo 5 Lograr la igualdad de género y empoderar a todas las mujeres y las niñas.	5.1 Poner fin a todas las formas de discriminación contra todas las mujeres y las niñas en todo el mundo	Valor agregado al comercio
	5.5 Asegurar la participación plena y efectiva de las mujeres y la igualdad de oportunidades de liderazgo a todos los niveles decisorios en la vida política, económica y pública	Empoderamiento comercial de las mujeres
	5.a Emprender reformas que otorguen a las mujeres igualdad de derechos a los recursos económicos	Juventud y comercio
	5.b Mejorar el uso de la tecnología instrumental, en particular la tecnología de la información y las comunicaciones, para promover el empoderamiento de las mujeres	Empoderamiento comercial de las comunidades desfavorecidas
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.	Estrategias para el desarrollo del comercio
	8.3 Promover políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las mipymes	Facilitación del comercio
	8.5 Lograr el empleo pleno y productivo y el trabajo decente para todas las mujeres y los hombres, incluidos los jóvenes	Valor agregado al comercio
	8.6 Reducir considerablemente la proporción de jóvenes que no están empleados y no cursan estudios ni reciben capacitación	Empoderamiento comercial de las mujeres
	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	
	8.10 Fortalecer la capacidad de las instituciones financieras para fomentar y ampliar el acceso a los servicios financieros para todos	
	8.a Aumentar el apoyo a la iniciativa de ayuda para el comercio en los países en desarrollo, en particular los países menos adelantados	Todos los programas

ODS	OBJETIVOS	PROGRAMAS
Objetivo 9 Desarrollar infraestructuras resilientes, promover una industrialización inclusiva y sostenible, y fomentar la innovación.	9.3 Aumentar el acceso de las pequeñas industrias y otras empresas, particularmente en los países en desarrollo, a los servicios financieros, incluidos créditos asequibles, y su integración en las cadenas de valor y los mercados	Estrategias para el desarrollo del comercio Facilitación del comercio Valor agregado al comercio Comercio e inversiones Sur-Sur
	9b Apoyar el desarrollo de tecnologías, la investigación y la innovación nacionales en los países en desarrollo, incluso garantizando un entorno normativo propicio a la diversificación industrial y la adición de valor a los productos básicos, entre otras cosas	
Objetivo 10 Reducir la desigualdad en los países y entre ellos.	10.1 Lograr y mantener el crecimiento de los ingresos del 40 % más pobre de la población	Todos los programas
	10.2 Potenciar y promover la inclusión social, económica y política de todas las personas, independientemente de su edad, sexo, discapacidad, raza, etnia, origen, religión o situación económica u otra condición	
	10.a Aplicar el principio del trato especial y diferenciado para los países en desarrollo, en particular los PMA	
Objetivo 12 Garantizar modalidades de consumo y producción sostenibles.	12.2 Lograr la gestión sostenible y el uso eficiente de los recursos naturales	Valor agregado al comercio Comercio para el desarrollo sostenible
	12.6 Alentar a las empresas a que adopten prácticas sostenibles	
Objetivo 16 Promover sociedades pacíficas e inclusivas para el desarrollo sostenible, facilitar el acceso a la justicia para todos y crear a todos los niveles instituciones eficaces e inclusivas que rindan cuentas.	16.6 Promover a todos los niveles instituciones eficaces y transparentes que rindan cuentas	Estrategias para el desarrollo del comercio Apoyo a las negociaciones comerciales y a la reforma política Valor agregado al comercio Impulsar el comercio regional
	16.7 Garantizar la adopción en todos los niveles de decisiones inclusivas, participativas y representativas que respondan a las necesidades	
	16.8 Ampliar y fortalecer la participación de los países en desarrollo en las instituciones de gobernanza mundial	
Objetivo 17 Fortalecer los medios de implementación y revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible.	17.3 Movilizar recursos financieros adicionales de múltiples fuentes para los países en desarrollo	Todos los programas
	17.5 Adoptar y aplicar sistemas de promoción de las inversiones en favor de los países menos adelantados	
	17.6 Mejorar la cooperación regional e internacional Norte-Sur, Sur-Sur y triangular en materia de ciencia, tecnología e innovación y el acceso a éstas, y aumentar el intercambio de conocimientos en condiciones mutuamente convenidas	
	17.10 Promover un sistema de comercio multilateral universal, basado en normas, abierto, no discriminatorio y equitativo	
	17.11 Aumentar las exportaciones de los países en desarrollo, en particular con miras a duplicar la participación de los PMA en las exportaciones mundiales	
	17.12 Lograr la consecución oportuna del acceso a los mercados libre de derechos y contingentes de manera duradera para todos los PMA	
	17.13 Aumentar la estabilidad macroeconómica mundial, incluso mediante la coordinación y coherencia de las políticas	
	17.17 Fomentar y promover la constitución de alianzas eficaces en las esferas pública, público-privada y de la sociedad civil, aprovechando la experiencia y las estrategias de obtención de recursos de las alianzas	
	17.19 Apoyar la creación de capacidad estadística en los países en desarrollo	

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 Subsahariana: Formación y conferencias sobre finanzas sostenibles para instituciones financieras y pymes (B319)			■	■	■			Fondo Africano de Garantía	150	117	78 %
Alianza para el crecimiento y la inversión en África (fase principal) (B340)						■		Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte (el)	3 000	3 342	111 %
Apoyo al comercio y la inversión de la India en África (SITA) (A854)						■		Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte (el)	3 420	3 723	109 %
Asociación de los Países del Océano Índico: empoderamiento económico de las mujeres (A285)					■			Australia	40	40	101 %
Burkina Faso y Mali: Création d'emplois équitables et développement durable de microentreprises dans les chaînes de valeur liées au secteur du «lifestyle» (B276)					■			Unión Europea	3 500	3 128	89 %
Experto asociado: Oficina Regional para África (B323)						■		Países Bajos	30	36	119 %
Gambia: proyecto Empoderamiento de los Jóvenes (YEP) (B179)		■		■	■			Unión Europea	3 000	4 290	143 %
Gestión de programas del NTF IV (B584)				■	■			Países Bajos	200	162	81 %
Iniciativa de empleo y competencias profesionales de los refugiados (RESI): Vinculación de refugiados de Kenya con oportunidades de mercado (Componentes 1 y 2) (B571)					■			Países Bajos, Consejo Noruego para Refugiados	260	454	174 %
Las Comoras: mejora de la competitividad de las exportaciones de vainilla, ylang-ylang y clavo (A863)				■				EIF	65	71	109 %
Malawi: mejora del sistema de estadísticas e información sobre el comercio (A864)	■							(la) Unión Europea	44	59	134 %
Medidas no arancelarias (B626)	■							Ventanilla 1 del ITF	340	357	105 %
Programa Comunidades Desfavorecidas y Comercio (A874)					■			Japón	26	1	2 %
Programa Comunidades Desfavorecidas y Comercio (B649)					■			Ventanilla 1 del ITF	99	111	113 %
Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régionale (PACCIR/ UEMOA) (B216)						■		(la) Unión Europea	1 230	1 259	102 %
Río Mano: desarrollo de las cadenas de valor sectoriales del cacao y los cultivos asociados (NTF IV) (B586)			■	■	■			Países Bajos	660	585	89 %
Rwanda: potenciar el futuro del comercio electrónico (B330)				■				Alemania	1 810	959	53 %
Senegal: desarrollo de las exportaciones de servicios de tecnología de la información y de servicios informatizados (NTF IV) (B390)				■	■			Países Bajos	400	627	157 %
SheTrades Café (B637)					■			Ventanilla 1 del ITF	200	151	75 %
Tanzania: integración de las cadenas de valor/de suministro de la horticultura en el turismo - Componente de la SECO (B265)				■				República de Corea (la), Suiza	200	177	89 %
UEMOA: Projet de développement des exportations sous AGOA (B414)				■		■		UEMOA	166	130	79 %
Uganda: desarrollo de las exportaciones de servicios de tecnología de la información y de servicios informatizados (NTF IV) (B387)				■	■			Países Bajos	450	465	103 %
Zambia: empleo verde (A813)			■	■				OIT	33	23	69 %
Facilitación del comercio (B628)		■						Ventanilla 1 del ITF	638	685	107 %
Comercio para el Desarrollo Sostenible (T4SD) - Centros (B694)					■			Ventanilla 1 del ITF	216	224	104 %
África Subsahariana: Mejora del envasado de los alimentos en las pequeñas y medianas empresas de productos agrícolas (A554)				■				FAO	-	34	-
Benin: fortalecimiento de capacidades de producción y comercio (A860)			■	■		■		MIM	-	35	-

APÉNDICES

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 OP EN MILES DE \$	GASTO EN MILES DE \$	% EJECUTADO
Burundi: programa de actualización del acceso al mercado - MARKUP (B718)			■	■		■		(la) Unión Europea	-	108	-
CEDEAO: proyecto de promoción empresarial y de las exportaciones en África Occidental (WABEP) (B537)	■	■	■	■		■		(la) Unión Europea	-	224	-
CEEAC: Appui au commerce intra-africain (B702)	■	■	■					Ventanilla 1 del ITF (FDE)	-	34	-
COMESA - Iniciativa de comercio transfronterizo: facilitación del comercio a pequeña escala entre fronteras (B796)	■	■	■					(la) Unión Europea	-	33	-
Foro Mundial para el Desarrollo de las Exportaciones (WEDF) 2018 (B805)							■	Huawei Technologies	-	27	-
Gestión de programas para la competitividad de las exportaciones (NTF III) (B197)				■				Países Bajos	-	41	-
Ghana: desarrollo del cacao y de los cultivos asociados mediante el proyecto Sankofa potenciado por Alianzas para la Acción (B766)			■	■	■			Coop Genossenschaft/ Chocolats Halba / Sunray Max Havelaar Foundation	-	104	-
Guinea: desarrollo del sector del mango (B013)			■	■		■		MIM	-	12	-
Guinée: Programme d'appui à l'integration socio-economique des jeunes (INTEGRA) (B463)			■	■	■			Ventanilla 1 del ITF (FDE)	-	1 094	-
Lesotho: productividad hortofrutícola y desarrollo del comercio (B158)				■				MIM	-	23	-
Malawi: misión de programación (B697)		■	■	■	■			Ventanilla 1 del ITF (FDE)	-	26	-
Mipymes innovadoras y desarrollo de la cadena de valor a través de las Alianzas para Sankofa en los sectores del cacao y los cultivos asociados (B794)				■				Ventanilla 1 del ITF	-	20	-
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 (A653)			■	■				Ventanilla 1 del ITF (FDE)	-	5	-
Nigeria: Food Africa, Fondo para los ODS (B449)				■				Fondo para los ODS	-	30	-
Participación de una delegación maliense de exportadores de goma arábica para ingredientes alimentarios (B617)						■		Malí	-	15	-
Programa de SheTrades para el Commonwealth (B578)					■			Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte (el)	-	1 798	-
Promoción de la goma arábica maliense en los mercados de los EE. UU. y de Europa (B771)			■	■				MIM	-	39	-
Proyecto cultural: iniciativa de desarrollo de la identidad e intercambio empresarial (B542)					■			Ventanilla 1 del ITF (FDE), Unión Europea	-	3	-
Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés (B587)			■					Francia	-	841	-
RESI: altas competencias (B839)					■			Ventanilla 1 del ITF	-	17	-
Senegal: mejora de la competitividad del sector del mango (A996)				■				MIM	-	5	-
Sénégal: Programme de Compétitivité de l'Afrique de l'Ouest (PCAO) (B461)				■		■		Ventanilla 1 del ITF (FDE)	-	8	-
Sierra Leona: programa sobre la competitividad en África Occidental (B457)						■		Ventanilla 1 del ITF (FDE)	-	20	-
Tanzania: programa conjunto en Kigoma en el marco del UNDP II (B727)				■	■			Una ONU	-	213	-
UE-CAO: programa de actualización del acceso al mercado - MARKUP (B383)		■		■		■		(la) Unión Europea	-	868	-
Zambia: potenciar el fondo de garantías de crédito de Zambia para mejorar el acceso de las mipymes a la financiación (B763)				■				Ventanilla 1 del ITF (FDE)	-	37	-

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 (A314)				■	■			(la) Unión Europea	400	278	70 %
Caribe: desarrollo de productos con valor añadido y del comercio intrarregional para mejorar la calidad de vida de los productores de coco (A325)				■				(la) Unión Europea	250	642	257 %
Colombia PUEDE: paz y unidad a través del desarrollo económico rural y las exportaciones (B599)	■			■	■			Ventanilla 1 del ITF (FDE)	64	92	144 %
Comercio para el Desarrollo Sostenible (T4SD) - Centros (B694)					■			Ventanilla 1 del ITF	324	336	104 %

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 OP EN MILES DE \$	GASTO EN MILES DE \$	% EJECUTADO
Granada: apoyo a los sistemas de gestión de la seguridad alimentaria de la fruta y las hortalizas frescas (B710)		■	■	■				Banco de Desarrollo del Caribe	-	158	-
Guatemala: refuerzo de las competencias empresariales y la empleabilidad de emprendedores del sector informal en la frontera de Ciudad de Pedro de Alvarado (B615)			■		■			Ventanilla 1 del ITF (FDE), EE. UU.	-	231	-
Haití: iniciativa de moda ética (A922)					■			Estados Unidos	38	72	189 %
Programa Comunidades Desfavorecidas y Comercio (A874)					■			Japón	7	0	2 %
Santa Lucía: refuerzo de la infraestructura institucional para la promoción de las exportaciones (A332)	■	■	■					Ventanilla 1 del ITF - Agencia de Promoción del Comercio y las Exportaciones de Santa Lucía	408	109	27 %
Asia y el Pacífico											
Afganistán: asistencia relacionada con el comercio (A764)		■						(la) Unión Europea	1 600	1 382	86 %
Afganistán: iniciativa de estilos de vida éticos para la reintegración económica de los retornados y los desplazados internos (B439)					■			(la) Unión Europea	1 588	1 408	89 %
Apoyo al comercio y la inversión de la India en África (SITA) (A854)						■		Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte (el)	380	414	109 %
Asociación de los Países del Océano Índico: empoderamiento económico de las mujeres (A285)					■			Australia	80	81	101 %
Bhután: asistencia para el comercio (B382)		■		■				Unión Europea	-	372	-
Comercio para el Desarrollo Sostenible (T4SD) - Centros (B694)					■			Ventanilla 1 del ITF	360	374	104 %
Encuesta sobre MNA en el Pakistán (B742)	■							Banco Mundial	-	51	-
Estudio de viabilidad sobre la agregación de valor en el sector de las frutas y hortalizas de Sri Lanka (B531)			■	■				OMC	20	22	108 %
Experto asociado: Oficina para Asia-Pacífico (B221)				■				Japón	50	81	163 %
Experto asociado: Oficina para Asia-Pacífico (B773)						■		Consejo de Becas de China	-	55	-
Facilitación del comercio (B628)		■						Ventanilla 1 del ITF	213	228	107 %
Gestión de programas del NTF IV (B584)				■	■			Países Bajos	50	41	81 %
Gestión de programas para la competitividad de las exportaciones (NTF III) (B197)				■				Países Bajos	-	41	-
Irán: asistencia técnica relacionada con el comercio (B782)		■	■		■			Ventanilla 1 del ITF (FDE)	-	18	-
Medidas no arancelarias (B626)	■							Ventanilla 1 del ITF	160	168	105 %
Myanmar: desarrollo del turismo inclusivo centrado en el estado de Kayah (consolidación) y en un nuevo estado (ampliación) (NTF IV) (B386)				■				Países Bajos	969	1 161	120 %
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)				■				OMC	327	249	76 %
Myanmar: mejorar el suministro de la horticultura y el turismo sostenible para forjar vínculos empresariales (B566)				■				Suiza	-	26	-
Nepal: mejora y apoyo al comercio de la pashmina (A907)				■				MIM	32	7	23 %
Pacífico: desarrollo del comercio (B346)	■	■				■		Ventanilla 1 del ITF (FDE)	-	31	-
Pacífico: empoderamiento económico de las mujeres (Mujeres y Comercio, fase II) (A775)					■			Australia	99	14	14 %
Pakistán: Crecimiento para el adelanto rural y el progreso sostenible (GRASP) (B466)		■		■	■			Ventanilla 1 del ITF (FDE)	-	85	-
PMA asiáticos: mejora de la capacidad de exportación para el comercio intrarregional (A850)						■		China	258	239	93 %
Programa Comunidades Desfavorecidas y Comercio (A874)					■			Japón	13	0	2 %
Programa Comunidades Desfavorecidas y Comercio (B649)					■			Ventanilla 1 del ITF	201	226	113 %

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 OP EN MILES DE \$	GASTO EN MILES DE \$	% EJECUTADO
Programa de SheTrades para el Commonwealth (B578)					■			Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte (el)	-	599	-
Programa sobre comercio e inversión en Nepal (B731)	■	■	■	■		■		Ventanilla 1 del ITF (FDE)	-	18	-
Promoción del comercio entre China y otros países en desarrollo dentro de la iniciativa del cinturón y la ruta de la seda (B568)	■					■		China	160	132	82 %
Proyecto cultural: iniciativa de desarrollo de la identidad e intercambio empresarial (B542)					■			Ventanilla 1 del ITF (FDE), Unión Europea	-	1	-
Proyecto sobre comercio e inversión (PCI) en Myanmar (B494)	■	■	■	■				Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte (el)	-	491	-
República Democrática Popular Lao: apoyo a la integración regional en la ASEAN (Laos ARISE Plus) (B505)		■		■		■		Ventanilla 1 del ITF (FDE), Unión Europea	-	26	-
SheTrades Pacífico (B644)					■			Ventanilla 1 del ITF	250	270	108 %
Sri Lanka: asistencia relacionada con el comercio (A306)		■		■				(la) Unión Europea	3 000	1 476	49 %

Estados árabes

Arabia Saudita: desarrollo del sector del dátil en la región de Medina (AfTIAS) (B605)				■		■		Corporación Islámica Internacional para la Financiación del Comercio	250	-	0 %
Argelia - Estrategia nacional de comercio para respaldar la diversificación económica de Argelia (AfTIAS) (B603)		■						Corporación Islámica Internacional para la Financiación del Comercio	200	188	94 %
Djibouti: estudio de viabilidad para crear una aldea de exportación de artesanía (AfTIAS) (B604)					■			Corporación Islámica Internacional para la Financiación del Comercio	15	10	66 %
Egipto: crear un departamento especializado de promoción de las exportaciones dentro del Banco de Desarrollo de las Exportaciones de Egipto (AfTIAS) (B606)			■					Corporación Islámica Internacional para la Financiación del Comercio	200	99	50 %
Egipto: mejora de la competitividad internacional del sector de los textiles y el vestido (GTEX/MENATEX) (B673)				■				Suiza, Suecia	250	81	32 %
Estado de Palestina: reforma y desarrollo de los mercados, las cadenas de valor y las organizaciones de productores (B580)	■			■	■			FAO	150	34	22 %
Estados árabes: desarrollo de las exportaciones de las pymes a través de mercados virtuales (A676)	■	■		■				Banco Mundial	590	496	84 %
Estados Árabes: iniciativa de ayuda para el comercio (A895)	■	■	■					Corporación Islámica Internacional para la Financiación del Comercio	110	255	232 %
Jordania: iniciativa de empleo y competencias profesionales de los refugiados (RESI) (B450)				■	■			Japón	31	177	565 %
Líbano: competitividad de las exportaciones de las pymes de los sectores de TI y de los frutos secos (AfTIAS) (B607)			■	■				Corporación Islámica Internacional para la Financiación del Comercio	150	85	56 %
Libia: Academia de Comercio (B409)			■		■			Francia	780	751	96 %
Marruecos: fomento de las exportaciones para la creación de empleo (A749)			■	■	■			Canadá	130	102	79 %
Marruecos: mejora de la competitividad internacional del sector de los textiles y el vestido (GTEX/MENATEX) (B674)				■				Suiza, Suecia	200	157	79 %
MENATEX regional: componente regional del programa de los productos textiles y las prendas de vestir para la región MENA (B696)				■				Suecia	-	4	-
Mundial: creación de redes y gestión del conocimiento para el sector de los textiles y de la confección (GTEX) (B451)				■				Suiza	224	151	68 %
Norte de África: participación de las mipymes y de la diáspora árabe en el apoyo al crecimiento económico impulsado por las exportaciones (B438)				■	■			Japón	85	83	97 %

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 OP EN MILES DE \$	GASTO EN MILES DE \$	% EJECUTADO
Palestina: vinculación de los refugiados y de la población joven de Gaza con oportunidades de mercado (B682)			■		■			Japón	-	142	-
Projet de développement et de promotion du tourisme en Republique de Djibouti (A993)			■	■				MIM	129	76	59 %
Promoción de la integración de las personas sirias que se encuentren bajo protección temporal y en comunidades de acogida en Turquía (B655)				■	■			OIM	-	195	-
Qatar: fundaciones para comercio electrónico B2B (B687)		■		■				Banco de Desarrollo de Qatar	-	260	-
Qatar: iniciativa sobre el código de barras para el desarrollo comercial de las pymes (B743)				■				Banco de Desarrollo de Qatar	-	81	-
República Árabe Siria: desarrollo de la capacidad de producción y conexión de las poblaciones desplazadas internas con los mercados internacionales (B434)				■	■			Japón	30	40	133 %
República Árabe Siria: facilitación a través de canales digitales (B681)				■	■			Japón	-	131	-
Sudán: adhesión a la OMC (B683)		■						Japón	-	323	-
Sudán: apoyo a la estabilización económica mediante la adhesión a la Organización Mundial del Comercio (B446)		■						Japón	2	24	1 188 %
Superar los obstáculos al comercio relacionados con las medidas no arancelarias en los países árabes (A538)	■							Estados Unidos	1 197	1 349	113 %
Túnez: mejora de la competitividad internacional del sector de los textiles y el vestido (GTEX/MENATEX) (B672)				■				Suiza, Suecia	350	351	100 %

Europa Oriental y Asia Central

Apoyo a la facilitación del comercio entre las partes en el ALCEC (B444)		■				■		(la) Unión Europea	380	277	73 %
Asociación Oriental: Listos para el Comercio - una Iniciativa de EU4Business (B252)				■				(la) Unión Europea	1 600	1 300	81 %
Comercio Internacional en Asia Central (B723)		■	■	■		■		Ventanilla 1 del ITF (FDE)	-	45	-
Estrategia nacional de exportación de Ucrania (B614)		■						GIZ, Alemania	474	358	76 %
Kirguistán: mejora de la competitividad internacional del sector de los textiles y el vestido (GTEX) (B676)			■	■				Suiza	400	476	119 %
Mundial: creación de redes y gestión del conocimiento para el sector de los textiles y de la confección (GTEX) (B451)				■				Suiza	149	101	68 %
Promoción de la integración de las personas sirias que se encuentren bajo protección temporal y en comunidades de acogida en Turquía (B655)				■	■			OIM	-	49	-
Promoción del comercio entre China y otros países en desarrollo dentro de la iniciativa del cinturón y la ruta de la seda (B568)	■					■		China	40	33	82 %
Proyecto cultural: iniciativa de desarrollo de la identidad e intercambio empresarial (B542)					■			Ventanilla 1 del ITF (FDE), Unión Europea	-	1	-
Tayikistán: mejora de la competitividad internacional del sector de los textiles y el vestido (GTEX) (B675)		■	■	■	■			Suiza	400	718	179 %
Tayikistán: propiciar el acceso al mercado de los productos agrícolas mediante la mejora del sistema de seguridad alimentaria (FANFC) (B312)		■	■	■				OMC	250	242	97 %
Ucrania: vinculación de pymes de la industria de frutas y verduras con cadenas de valor internas y mundiales (A303)		■		■				Ventanilla 1 del ITF, Suecia	700	773	110 %

Mundial y multirregional

Acuerdos de Asociación Económica (AAE) a nivel mundial y normas de origen (B725)	■							GRIPS, Japón	-	63	-
Acuerdos de Asociación Económica (AAE) en Asia-Pacífico y en la Unión Europea (UE) Fase II (B500)	■							GRIPS, Japón	109	82	75 %

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 OP EN MILES DE \$	GASTO EN MILES DE \$	% EJECUTADO
Apoyo a las negociaciones comerciales (B629)		■						Ventanilla 1 del ITF	200	210	105 %
Aprendizaje electrónico (B648)	■							Ventanilla 1 del ITF	108	108	100 %
Aprendizaje electrónico del ITC - Bienes públicos mundiales (B892)	■							Ventanilla 1 del ITF	-	24	-
Beca: Fundación Mo Ibrahim (B203)			■			■	■	Fundación Mo Ibrahim	114	114	100 %
Certificate in Export Management (CEM) (B736)								Ventanilla 1 del ITF (FDE)	-	32	-
Comercio de servicios (B026)		■				■		China	257	191	74 %
Comercio de servicios (B632)		■						Ventanilla 1 del ITF	100	64	64 %
Comercio electrónico para tener impacto: refuerzo de las soluciones estratégicas electrónicas del ITC (B738)		■						Ventanilla 1 del ITF	-	139	-
Comercio para el Desarrollo Sostenible (T4SD) - Base de datos (B645)						■		Ventanilla 1 del ITF	840	809	96 %
Comercio para el Desarrollo Sostenible (T4SD) (B036)						■		GIZ, Alemania - Unión Europea - FEFAC - Finance in Motion GmbH, Alemania - Suiza - Plataforma IAS - EE. UU. - Fondo Mundial para la Naturaleza - COLEACP - McDonalds	2 498	2 724	109 %
DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (B633)			■					Ventanilla 1 del ITF	1.000	979	98 %
DCP: coordinación y alianzas (B650)							■	Ventanilla 1 del ITF - ITHRAA - Sultanato de Omán	260	259	100 %
DEI: fondo para la coordinación y la innovación (B647)							■	Ventanilla 1 del ITF	50	45	90 %
Demostrar el impacto para las OPC: hacia una norma mundial (B507)			■					Ventanilla 1 del ITF	77	69	91 %
Directrices y metodologías para el desarrollo de un sistema agroalimentario inclusivo por medio de alianzas (B693)			■	■	■			FAO	100	98	98 %
DMD: alianzas y coordinación (B620)							■	Ventanilla 1 del ITF	50	5	11 %
Elaboración y gestión de estrategias para la exportación (B630)		■						Ventanilla 1 del ITF	340	442	130 %
Experto asociado - Aprendizaje electrónico (B774)				■	■			Consejo de Becas de China	-	44	-
Experto asociado - Soluciones electrónicas (B800)				■				Alemania	-	66	-
Experto asociado - Unidad de Evaluación (B772)							■	Consejo de Becas de China	-	39	-
Experto asociado: Cadenas de valor sostenibles e inclusivas (B198)						■		Alemania	13	12	94 %
Experto asociado: Cadenas de valor sostenibles e inclusivas (B307)				■				Países Bajos	148	146	98 %
Experto asociado: Empresas e instituciones (B412)			■	■	■			Alemania	142	130	91 %
Experto asociado: Facilitación del comercio y política para los negocios (B699)		■						Alemania	151	173	115 %
Experto asociado: Facilitación del comercio y política para los negocios (B393)		■						Finlandia	124	110	89 %
Fondo de desarrollo empresarial (B532)							■	Ventanilla 1 del ITF	586	-	0 %
Fondo rotatorio para el SMF-GCS (B189)				■				Fondo rotatorio para el SMF-GCS	230	147	64 %
Fondo rotatorio para la competitividad empresarial de las empresas (B190)				■				Fondo rotatorio para la competitividad empresarial	50	-	-
Fondo rotatorio para la TS (B205)			■					Fondo rotatorio para TS	70	75	107 %
Fondo rotatorio para las IAC/aprendizaje electrónico (B155)	■							Fondo rotatorio para TS	30	5	16 %
Foro Mundial para el Desarrollo de las Exportaciones (WEDF) 2017-2018 (Hungria) (B498)							■	Hungria	-	73	-
Gabinete de la OED (B623)							■	Ventanilla 1 del ITF	200	299	150 %

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 OP EN MILES DE \$	GASTO EN MILES DE \$	% EJECUTADO
GBR (B622)							■	Ventanilla 1 del ITF	100	109	109 %
Global Trade Helpdesk (B572)	■							Suiza, Alemania	500	437	87 %
Información de precios de mercado (B627)	■							Ventanilla 1 del ITF	150	225	150 %
Innovation Lab (B662)							■	Ventanilla 1 del ITF	200	165	83 %
Innovation Lab (B788)							■	Ventanilla 1 del ITF	-	15	-
Mapa de Potencial de Exportación (A341)	■							Países Bajos	35	35	101 %
Marco sobre migración vulnerable y desplazamiento forzado (B842)					■			Ventanilla 1 del ITF	-	8	-
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, MAR, FIIAP, PNUD	2 066	1 420	69 %
Mejora de la transparencia comercial mediante la incorporación de herramientas de análisis de mercados (B352)	■							República de Corea (Ia)	15	-	-
Mejora del entorno empresarial para las pymes exportadoras a través de la facilitación del comercio (A812)		■						DHL - Huawei Technologies - Ventanilla 1 del ITF - Banco de Desarrollo de Qatar - UNCTAD	-	325	-
Miembro en comisión de servicios de la República de Corea (B600)	■							República de Corea (Ia)	260	221	85 %
Mundial: apoyo a métodos y herramientas innovadores (conocimiento de las MNA y acceso al comercio electrónico) (B678)	■			■				Estados Unidos	-	107	-
Oficina de NY (B624)							■	Ventanilla 1 del ITF	20	19	96 %
Perspectivas de competitividad de las pymes y encuesta (B631)	■		■					Ventanilla 1 del ITF	687	725	105 %
Potencial de exportación: ampliaciones metodológicas (B705)	■							Ventanilla 1 del ITF	-	148	-
SheTrades (B641)					■			Ventanilla 1 del ITF	900	1 450	161 %
SheTrades, coordinación (B642)					■			Ventanilla 1 del ITF	350	348	99 %
SheTrades: acuerdo para la celebración de un taller internacional sobre la definición de «empresas pertenecientes a mujeres» (B562)					■			Suecia	-	32	-
SheTrades: utilizar datos para abordar las limitaciones al comercio más allá de la UE (B582)	■				■			(Ia) Unión Europea	-	15	-
Soluciones electrónicas (B636)				■				Ventanilla 1 del ITF	313	280	90 %
Soporte y servicios de tecnología de la información - 2018 (B625)							■	Ventanilla 1 del ITF	185	334	180 %
Valor agregado al comercio (B635)				■				Ventanilla 1 del ITF	938	937	100 %
WTPO (Conferencia Mundial y Premios de la Red de OPC) (B665)			■					Ventanilla 1 del ITF	239	274	115 %

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"> ■ Afganistán: iniciativa de estilos de vida éticos para la reintegración económica de los retornados y los desplazados internos ■ Afganistán: asistencia relacionada con el comercio ■ PMA asiáticos: mejora de la capacidad de exportación para el comercio intrarregional ■ Promoción del comercio entre China y otros países en desarrollo dentro de la iniciativa del cinturón y la ruta de la seda
ALBANIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Apoyo a la facilitación del comercio entre las partes en el ALCEC
ARABIA SAUDITA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio ■ Arabia Saudita: desarrollo del sector del dátil en la región de Medina (AfTIAS)
ARGELIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Argelia: estrategia nacional de comercio para respaldar la diversificación económica de Argelia (AfTIAS) ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio ■ Norte de África: participación de las pymes y de la diáspora árabe en el apoyo al crecimiento económico impulsado por las exportaciones
ARGENTINA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Comercio para el Desarrollo Sostenible (T4SD)
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
BANGLADESH	<ul style="list-style-type: none"> ■ PMA asiáticos: mejora de la capacidad de exportación para el comercio intrarregional ■ Programa sobre medidas no arancelarias ■ Programa de SheTrades para el Commonwealth ■ Promoción del comercio entre China y otros países en desarrollo dentro de la iniciativa del cinturón y la ruta de la seda
BARÉIN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio
BELARÚS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Asociación Oriental: Listos para el Comercio - una Iniciativa de EU4Business
BELICE	<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
BENIN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Benin: fortalecimiento de capacidades de producción y comercio ■ CEDEAO: proyecto de promoción empresarial y de las exportaciones en África Occidental (WABEP) ■ UEMOA: Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR) ■ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés ■ UEMOA: Projet de développement des exportations sous AGOA
BHUTÁN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Apoyo al comercio en Bhután ■ Promoción del comercio entre China y otros países en desarrollo dentro de la iniciativa del cinturón y la ruta de la seda
BOSNIA Y HERZEGOVINA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Apoyo a la facilitación del comercio entre las partes en el ALCEC
BURKINA FASO	<ul style="list-style-type: none"> ■ Burkina Faso y Malí: Création d'emplois équitables et développement durable de microentreprises dans les chaînes de valeur liées au secteur du « lifestyle » ■ CEDEAO: proyecto de promoción empresarial y de las exportaciones en África Occidental (WABEP) ■ Programa sobre medidas no arancelarias ■ Programa Comunidades Desfavorecidas y Comercio ■ UEMOA: Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR) ■ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés ■ Facilitación del comercio ■ UEMOA: Projet de développement des exportations sous AGOA
BURUNDI	<ul style="list-style-type: none"> ■ Burundi: programa de actualización del acceso al mercado - MARKUP ■ Programa de actualización del acceso al mercado de la UE-CAO - MARKUP

PAÍS/ZONA	<ul style="list-style-type: none"> ■ PROGRAMAS MUNDIALES Y REGIONALES ■ PROYECTOS NACIONALES
CABO VERDE	<ul style="list-style-type: none"> ■ CEDEAO: proyecto de promoción empresarial y de las exportaciones en África Occidental (WABEP)
CAMBOYA	<ul style="list-style-type: none"> ■ PMA asiáticos: mejora de la capacidad de exportación para el comercio intrarregional ■ Programa Comunidades Desfavorecidas y Comercio ■ Comercio para el Desarrollo Sostenible (T4SD) - Centros ■ Promoción del comercio entre China y otros países en desarrollo dentro de la iniciativa del cinturón y la ruta de la seda
CAMERÚN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés ■ África Subsahariana: Mejora del envasado de los alimentos en las pequeñas y medianas empresas de productos agrícolas
COLOMBIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Colombia PUEDE: paz y unidad a través del desarrollo productivo y la comercialización * ■ Comercio para el Desarrollo Sostenible (T4SD) - Centros
COMORAS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Comoras: mejora de la competitividad de las exportaciones de vainilla, ylang-ylang y clavo
COSTA RICA	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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
CÔTE D'IVOIRE	<ul style="list-style-type: none"> ■ Proyecto cultural: iniciativa de desarrollo de la identidad e intercambio empresarial * ■ CEDEAO: proyecto de promoción empresarial y de las exportaciones en África Occidental (WABEP) ■ Programa sobre medidas no arancelarias ■ UEMOA: Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR) ■ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés ■ 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 ■ Djibouti: estudio de viabilidad para crear una aldea de exportación de artesanía (AfTIAS) ■ Djibouti: Projet de développement et de promotion du tourisme
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 ■ Egipto: crear un departamento especializado de promoción de las exportaciones dentro del Banco de Desarrollo de las Exportaciones de Egipto (AfTIAS) ■ Egipto: mejora de la competitividad internacional del sector de los textiles y el vestido (GTEX/MENATEX) ■ MENATEX regional: componente regional del programa de los productos textiles y las prendas de vestir para la región MENA ■ Norte de África: participación de las pymes y de la diáspora árabe en el apoyo al crecimiento económico impulsado por las exportaciones
EL CHAD	<ul style="list-style-type: none"> ■ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
EL SALVADOR	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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
EL SENEGAL	<ul style="list-style-type: none"> ■ CEDEAO: proyecto de promoción empresarial y de las exportaciones en África Occidental (WABEP) ■ UEMOA: Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR) ■ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés ■ 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 ■ Sénégal: Programme de Compétitivité de l'Afrique de l'Ouest (PCAO) * ■ 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
EMIRATOS ÁRABES UNIDOS	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio

* Financiado por el fondo de desarrollo empresarial

PAÍS/ZONA	<ul style="list-style-type: none"> ■ PROGRAMAS MUNDIALES Y REGIONALES ■ PROYECTOS NACIONALES
ESTADO DE PALESTINA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio ■ Palestina: vinculación de los refugiados y de la población joven de Gaza con oportunidades de mercado ■ Estado de Palestina: reforma y desarrollo de los mercados, las cadenas de valor y las organizaciones de productores
ETIOPIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ COMESA - Iniciativa de comercio transfronterizo: facilitación del comercio a pequeña escala entre fronteras ■ Alianza para el crecimiento y la inversión en África (fase principal) ■ Programa Comunidades Desfavorecidas y Comercio ■ SheTrades Café ■ 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
GABÓN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
GAMBIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ CEDEAO: proyecto de promoción empresarial y de las exportaciones en África Occidental (WABEP) ■ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés ■ 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"> ■ CEDEAO: proyecto de promoción empresarial y de las exportaciones en África Occidental (WABEP) ■ Ghana: desarrollo del cacao y de los cultivos asociados mediante el proyecto Sankofa potenciado por Alianzas para la Acción ■ Mipymes innovadoras y desarrollo de la cadena de valor a través de las Alianzas para Sankofa en los sectores del cacao y los cultivos asociados ■ Programa sobre medidas no arancelarias ■ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés ■ Programa de SheTrades para el Commonwealth ■ África Subsahariana: Formación y conferencias sobre finanzas sostenibles para instituciones financieras y pymes ■ Comercio para el Desarrollo Sostenible (T4SD) - Centros
GRANADA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Granada: apoyo a los sistemas de gestión de la seguridad alimentaria de la fruta y las hortalizas frescas
GUATEMALA	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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 ■ Guatemala: refuerzo de las competencias empresariales y la empleabilidad de emprendedores del sector informal en la frontera de la Ciudad de Pedro de Alvarado *
GUINEA	<ul style="list-style-type: none"> ■ CEDEAO: proyecto de promoción empresarial y de las exportaciones en África Occidental (WABEP) ■ Guinea: desarrollo del sector del mango ■ Guinée: Programme d'appui à l'integration socio-economique des jeunes (INTEGRA) * ■ Río Mano: desarrollo de la cadena de valor del cacao (NTF IV) ■ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
GUINEA-BISSAU	<ul style="list-style-type: none"> ■ CEDEAO: proyecto de promoción empresarial y de las exportaciones en África Occidental (WABEP) ■ UEMOA: Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR) ■ 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
HAÍTÍ	<ul style="list-style-type: none"> ■ Haití: iniciativa de moda ética ■ Programa Comunidades Desfavorecidas y Comercio
HONDURAS	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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
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 ■ Comercio para el Desarrollo Sostenible (T4SD) - Centros

* Financiado por el fondo de desarrollo empresarial

PAÍS/ZONA	<ul style="list-style-type: none"> ■ PROGRAMAS MUNDIALES Y REGIONALES ■ PROYECTOS NACIONALES
IRÁN (REPÚBLICA ISLÁMICA DEL)	<ul style="list-style-type: none"> ■ Proyecto cultural: iniciativa de desarrollo de la identidad e intercambio empresarial * ■ Irán: asistencia técnica relacionada con el comercio*
IRAQ	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio
JAMAICA	<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
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 ■ Jordania: iniciativa de empleo y competencias profesionales de los refugiados (RESI) ■ MENATEX regional: componente regional del programa de los productos textiles y las prendas de vestir para la región MENA
KAZAJSTÁN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Comercio Internacional en Asia Central *
KENYA	<ul style="list-style-type: none"> ■ COMESA - Iniciativa de comercio transfronterizo: facilitación del comercio a pequeña escala entre fronteras ■ Proyecto cultural: iniciativa de desarrollo de la identidad e intercambio empresarial * ■ Programa de actualización del acceso al mercado de la UE-CAO - MARKUP ■ Asociación de los Países del Océano Índico: empoderamiento económico de las mujeres ■ Alianza para el crecimiento y la inversión en África (fase principal) ■ Programa Comunidades Desfavorecidas y Comercio ■ Iniciativa de empleo y competencias profesionales de los refugiados (RESI): Vinculación de refugiados de Kenya con oportunidades de mercado (Componentes 1 y 2) ■ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés ■ RESI: altas competencias ■ Programa de SheTrades para el Commonwealth ■ 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 ■ Apoyo al comercio y la inversión de la India en África (SITA) ■ Comercio para el Desarrollo Sostenible (T4SD) - Centros
KIRGUISTÁN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Comercio Internacional en Asia Central * ■ Kirguistán: mejora de la competitividad internacional del sector de los textiles y el vestido (GTEX) ■ Promoción del comercio entre China y otros países en desarrollo dentro de la iniciativa del cinturón y la ruta de la seda
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 ■ Líbano: competitividad de las exportaciones de las pymes de los sectores de TI y de los frutos secos (AfTIAS)
LIBERIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ CEDEAO: proyecto de promoción empresarial y de las exportaciones en África Occidental (WABEP) ■ Río Mano: desarrollo de la cadena de valor del cacao (NTF IV)
LIBIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio ■ Libia: Academia de Comercio
MALAWI	<ul style="list-style-type: none"> ■ COMESA - Iniciativa de comercio transfronterizo: facilitación del comercio a pequeña escala entre fronteras ■ Malawi: mejora del sistema de estadísticas e información sobre el comercio ■ Malawi: proyecto para el desarrollo de la cadena de valor en los sectores de la miel y la horticultura * ■ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés

* Financiado por el fondo de desarrollo empresarial

PAÍS/ZONA	<ul style="list-style-type: none"> ■ PROGRAMAS MUNDIALES Y REGIONALES ■ PROYECTOS NACIONALES
MALÍ	<ul style="list-style-type: none"> ■ Burkina Faso y Malí: Création d'emplois équitables et développement durable de microentreprises dans les chaînes de valeur liées au secteur du « lifestyle » ■ Proyecto cultural: iniciativa de desarrollo de la identidad e intercambio empresarial * ■ CEDEAO: proyecto de promoción empresarial y de las exportaciones en África Occidental (WABEP) ■ Programa sobre medidas no arancelarias ■ Participación de una delegación maliense de exportadores de goma arábiga para ingredientes alimentarios ■ Programa Comunidades Desfavorecidas y Comercio ■ UEMOA: Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR) ■ Promoción de la goma arábiga maliense en los mercados de los EE. UU. y de Europa ■ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés ■ África Subsahariana: Mejora del envasado de los alimentos en las pequeñas y medianas empresas de productos agrícolas ■ Facilitación del comercio ■ UEMOA: Projet de développement des exportations sous AGOA
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 ■ MENATEX regional: componente regional del programa de los productos textiles y las prendas de vestir para la región MENA ■ Marruecos: fomento de las exportaciones para la creación de empleo ■ Marruecos: mejora de la competitividad internacional del sector de los textiles y el vestido (GTEX/ MENATEX) ■ Norte de África: participación de las pymes y de la diáspora árabe en el apoyo al crecimiento económico impulsado por las exportaciones
MAURITANIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio
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"> ■ Alianza para el crecimiento y la inversión en África (fase principal)
MYANMAR	<ul style="list-style-type: none"> ■ PMA asiáticos: mejora de la capacidad de exportación para el comercio intrarregional ■ Programa sobre comercio e inversión (PCI) en 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: desarrollo del turismo inclusivo centrado en los estados de Kayah (consolidación) y de Tanintharyi (ampliación) (NTF IV) ■ Myanmar: mejorar el suministro de la horticultura y el turismo sostenible para forjar vínculos empresariales ■ Promoción del comercio entre China y otros países en desarrollo dentro de la iniciativa del cinturón y la ruta de la seda
NEPAL	<ul style="list-style-type: none"> ■ PMA asiáticos: mejora de la capacidad de exportación para el comercio intrarregional ■ Programa sobre comercio e inversión de Nepal * ■ Nepal: mejora y apoyo al comercio de la pashmina ■ Programa sobre medidas no arancelarias ■ Programa Comunidades Desfavorecidas y Comercio ■ Promoción del comercio entre China y otros países en desarrollo dentro de la iniciativa del cinturón y la ruta de la seda
NICARAGUA	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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
NÍGER	<ul style="list-style-type: none"> ■ CEDEAO: proyecto de promoción empresarial y de las exportaciones en África Occidental (WABEP) ■ Programa sobre medidas no arancelarias ■ UEMOA: Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR) ■ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés ■ Facilitación del comercio ■ UEMOA: Projet de développement des exportations sous AGOA

* Financiado por el fondo de desarrollo empresarial

PAÍS/ZONA	<ul style="list-style-type: none"> ■ PROGRAMAS MUNDIALES Y REGIONALES ■ PROYECTOS NACIONALES
NIGERIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ CEDEAO: proyecto de promoción empresarial y de las exportaciones en África Occidental (WABEP) ■ Nigeria: Food Africa, fondo para los ODS ■ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés ■ Programa de SheTrades para el Commonwealth ■ África Subsahariana: Mejora del envasado de los alimentos en las pequeñas y medianas empresas de productos agrícolas
OMÁN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio
PAKISTÁN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Encuesta sobre MNA en el Pakistán ■ Pakistán: Crecimiento para el adelanto rural y el progreso sostenible (GRASP) *
PANAMÁ	<ul style="list-style-type: none"> ■ 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
PAPUA NUEVA GUINEA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Pacífico: empoderamiento económico de las mujeres (Mujeres y Comercio, fase II) ■ SheTrades Pacífico
PERÚ	<ul style="list-style-type: none"> ■ Comercio para el Desarrollo Sostenible (T4SD) - Centros
QATAR	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio ■ Qatar: iniciativa sobre el código de barras para el desarrollo comercial de las pymes ■ Qatar: fundaciones para comercio electrónico B2B
REPÚBLICA ÁRABE SIRIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Promoción de la integración de las personas sirias que se encuentren bajo protección temporal y en comunidades de acogida en Turquía ■ República Árabe Siria: desarrollo de la capacidad de producción y conexión de las poblaciones desplazadas internas con los mercados internacionales ■ República Árabe Siria: facilitación a través de canales digitales
REPÚBLICA CENTROAFRICANA (LA)	<ul style="list-style-type: none"> ■ CEEAC: Appui au commerce intra-africain *
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"> ■ COMESA - Iniciativa de comercio transfronterizo: facilitación del comercio a pequeña escala entre fronteras
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 en la ASEAN (Laos-ARISE Plus) ■ Promoción del comercio entre China y otros países en desarrollo dentro de la iniciativa del cinturón y la ruta de la seda
REPÚBLICA DOMINICANA (LA)	<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
REPÚBLICA UNIDA DE TANZANÍA (LA)	<ul style="list-style-type: none"> ■ COMESA - Iniciativa de comercio transfronterizo: Facilitación del comercio a pequeña escala entre fronteras ■ Programa de actualización del acceso al mercado de la UE-CAO - MARKUP ■ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés ■ 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 ■ Tanzania: programa conjunto en Kigoma en el marco del UNDP II
RWANDA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Programa de actualización del acceso al mercado de la UE-CAO - MARKUP ■ Rwanda: potenciar el futuro del comercio electrónico ■ SheTrades Café ■ 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)
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

* Financiado por el fondo de desarrollo empresarial

PAÍS/ZONA	<ul style="list-style-type: none"> ■ PROGRAMAS MUNDIALES Y REGIONALES ■ PROYECTOS NACIONALES
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
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"> ■ CEDEAO: proyecto de promoción empresarial y de las exportaciones en África Occidental (WABEP) ■ Río Mano: desarrollo de la cadena de valor del cacao (NTF IV) ■ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés ■ Sierra Leona: programa sobre la competitividad en África Occidental *
SOMALIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio
SRI LANKA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estudio de viabilidad sobre la agregación de valor en el sector de las frutas y hortalizas de Sri Lanka ■ Asociación de los Países del Océano Índico: empoderamiento económico de las mujeres ■ Sri Lanka: asistencia relacionada con el comercio ■ Promoción del comercio entre China y otros países en desarrollo dentro de la iniciativa del cinturón y la ruta de la seda
SUDÁFRICA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
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 ■ Sudán: adhesión a la OMC
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"> ■ Proyecto cultural: iniciativa de desarrollo de la identidad e intercambio empresarial * ■ Comercio Internacional en Asia Central * ■ Tayikistán: propiciar el acceso al mercado de los productos agrícolas mediante la mejora del sistema de seguridad alimentaria (FANFC) ■ Tayikistán: mejora de la competitividad internacional del sector de los textiles y el vestido (GTEX) ■ Promoción del comercio entre China y otros países en desarrollo dentro de la iniciativa del cinturón y la ruta de la seda
TOGO	<ul style="list-style-type: none"> ■ CEDEAO: proyecto de promoción empresarial y de las exportaciones en África Occidental (WABEP) ■ UEMOA: Projet d'Appui à la Compétitivité du Commerce et à l'Intégration Régional (PACCIR) ■ UEMOA: Projet de développement des exportations sous AGOA
TRINIDAD Y TOBAGO	<ul style="list-style-type: none"> ■ DAME Resultados: mejora del rendimiento de las IACI y medición (fase I)
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) ■ Túnez: refuerzo de la competitividad de la cadena de valor de los textiles y la confección
TURKMENISTÁN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Comercio Internacional en Asia Central *
TURQUÍA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Promoción de la integración de las personas sirias que se encuentren bajo protección temporal y en comunidades de acogida en Turquía
UCRANIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Asociación Oriental: Listos para el Comercio - una Iniciativa de EU4Business ■ Estrategia nacional de exportación de Ucrania ■ Ucrania: vinculación de pymes de la industria de frutas y verduras con cadenas de valor nacionales y mundiales
UGANDA	<ul style="list-style-type: none"> ■ Proyecto cultural: iniciativa de desarrollo de la identidad e intercambio empresarial * ■ Programa de actualización del acceso al mercado de la UE-CAO - MARKUP ■ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés ■ Apoyo al comercio y la inversión de la India en África (SITA) ■ Uganda: desarrollo de las exportaciones de servicios de tecnología de la información y de servicios informatizados (NTF IV)
UZBEKISTÁN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Proyecto cultural: iniciativa de desarrollo de la identidad e intercambio empresarial * ■ Comercio Internacional en Asia Central *

* Financiado por el fondo de desarrollo empresarial

PAÍS/ZONA	<ul style="list-style-type: none"> ■ PROGRAMAS MUNDIALES Y REGIONALES ■ PROYECTOS NACIONALES
VANUATU	<ul style="list-style-type: none"> ■ Programa Comunidades Desfavorecidas y Comercio
VIET NAM	<ul style="list-style-type: none"> ■ Programa sobre medidas no arancelarias ■ Facilitación del comercio ■ Comercio para el Desarrollo Sostenible (T4SD) - Centros
YEMEN	<ul style="list-style-type: none"> ■ Estados árabes: iniciativa de ayuda para el comercio
ZAMBIA	<ul style="list-style-type: none"> ■ COMESA - Iniciativa de comercio transfronterizo: facilitación del comercio a pequeña escala entre fronteras ■ Programa sobre medidas no arancelarias ■ Alianza para el crecimiento y la inversión en África (fase principal) ■ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés ■ 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: potenciar el fondo de garantías de crédito de Zambia para mejorar el acceso de las mipymes a la financiación * ■ Zambia: empleo «verde»
ZIMBABWE	<ul style="list-style-type: none"> ■ COMESA - Iniciativa de comercio transfronterizo: facilitación del comercio a pequeña escala entre fronteras ■ Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés

* Financiado por el fondo de desarrollo empresarial

APÉNDICE IV

EVALUACIÓN DE LAS NECESIDADES Y DISEÑO DE PROYECTOS DEL ITC EN 2018, POR REGIÓN

REGIÓN	REGIONAL	ESPECÍFICOS PARA CADA PAÍS
África Subsahariana	SheTrades África Occidental	Madagascar. Programme d'appui au développement des exportations
	Programa de embalaje sostenible	Namibia: apoyo a la competitividad comercial de las pymes
	SADC: desarrollo sectorial para el agroprocesamiento y los productos farmacéuticos	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
	Programa de actualización del acceso al mercado de la UE-CAO - MARKUP	Togo: Programme d'appui au commerce
		Uganda: mejora de los medios de vida de las personas desplazadas y las comunidades de acogida a través del comercio
		CEDEAO: proyecto de promoción empresarial y de las exportaciones en África Occidental (WABEP)
		Eritrea: creación de empleo juvenil
		Nigeria: Food Africa, fondo para los ODS
		*Guiné: Programme d'appui à l'intégration socio-economique des jeunes (INTEGRA)
		Cameroun: Programme pour la promotion de l'entrepreneuriat et de l'insertion professionnelle au Cameroun (PROPEICAM)
		Iniciativa de empleo y competencias profesionales de los refugiados (RESI) Vinculación de refugiados de Kenya con oportunidades de mercado
		Liberia: desarrollo de la industria turística del surf
		Gambia: empleo, competencias y financiación (ECF) para las mujeres y los jóvenes
		UNDAP II: Tanzania
		*Zambia: potenciar el fondo de garantías de crédito de Zambia para mejorar el acceso de las mipymes a la financiación *
		SheTrades Gambia
		Burundi: programa de actualización del acceso al mercado - MARKUP
		Tanzania: programa conjunto en Kigoma en el marco del UNDAP II
		Ghana: desarrollo del cacao y de los cultivos asociados mediante el proyecto Sankofa potenciado por Alianzas para la Acción
		Promoción de la goma arábiga maliense en los mercados de los EE. UU. y de Europa
		*Eritrea: programa de cooperación técnica
		SheTrades Zambia
	Mipymes innovadoras y desarrollo de la cadena de valor a través de las Alianzas para Sankofa en los sectores del cacao y los cultivos asociados	
	COMESA - Iniciativa de comercio transfronterizo: facilitación del comercio a pequeña escala entre fronteras	
	*Projet de relèvement socio-économique en République Centrafricaine	
	*Sénegal: Programme de Compétitivité de l'Afrique de l'Ouest (PCAO)	
	Sierra Leona: programa sobre la competitividad en África Occidental	
	Burkina Faso y Malí: Creation d'emplois équitables et développement durable des micro-entreprises dans les chaînes de valeur liées au secteur du lifestyle	
	Cameroun: Project d'appui à la compétitivité et au développement de l'entrepreneuriat rural jeune dans la filière coton	

* Financiado por el fondo de desarrollo empresarial

REGIÓN	REGIONAL	ESPECÍFICOS PARA CADA PAÍS
África Subsahariana		Guineé: Projet de relance de la filière ananas à travers l'appui à la production, la transformation et l'exportation
		Malawi: proyecto para el desarrollo de la cadena de valor en los sectores de la miel y la horticultura
		Senegal: Projet d'appui à la compétitivité de l'Afrique de l'Ouest
		Uganda: desarrollo de productos de artesanía y <i>souvenirs</i> para los mercados del turismo y la exportación
		Uganda: mejora de las cadenas de valor de los productos agrícolas
	Rwanda: inteligencia competitiva y MNA	
América Latina y el Caribe	Caribe: desarrollo de productos con valor añadido y del comercio intrarregional para mejorar la calidad de vida de los productores de coco	Jamaica: mejora y mantenimiento de la capacidad de comercio de los actores privados
	Caribe: cooperació con el Banco de Desarrollo del Caribe	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 sistemas de gestión de la seguridad alimentaria de la fruta y las hortalizas frescas
	*Guatemala: refuerzo de las competencias empresariales y la empleabilidad de emprendedores del sector informal en la frontera de la Ciudad de Pedro de Alvarado	
Asia y el Pacífico		Apoyo al comercio en Bhután
		*Pakistán: Crecimiento para el adelanto rural y el progreso sostenible (GRASP) *
		Programa sobre comercio e inversión (PCI) en Myanmar
		República Democrática Popular Lao: apoyo a la integración regional en la ASEAN (Laos-ARISE Plus)
		Asistencia técnica en materia de comercio en Myanmar (ARISE+ Myanmar)
		Myanmar: mejorar el suministro de la horticultura y el turismo sostenible para forjar vínculos empresariales
		Programa sobre comercio e inversión de Nepal
		*Irán: asistencia técnica relacionada con el comercio
		Encuesta sobre MNA en el Pakistán
		Fomento del comercio en el Afganistán - Fase II
		Afganistán: iniciativa de estilos de vida éticos para la reintegración económica de los retornados y los desplazados internos
		Mecanismo sistemático y de emergencia para un comercio más seguro (SEMST) - Tailandia y República Democrática Popular Lao
	Europa Oriental y Asia Central	*Comercio Internacional en Asia Central
Inteligencia comercial y de mercado para los países de la Asociación Oriental		Uzbekistán: programa de adhesión a la OMC
Portal de Inteligencia Comercial de Asia Central (CATI)		
Región árabe	Mecanismo Euromediterráneo de Facilitación del Comercio y la Inversión (MFCI) Fase II	Fortalecimiento de la competitividad de las exportaciones de las pymes de Omán de los subsectores prioritarios: incienso y dátiles
		Palestina: mejora de la competitividad de una serie de bienes y servicios seleccionados para satisfacer la demanda de los mercados internacionales
		Tunisie: Projet de valorisation des industries créatives et agroalimentaires pour un emploi durable
		Academia de Comercio del Iraq
		Djibouti: estudio de viabilidad para crear una aldea de exportación de artesanía (AfTIAS)
		Estrategia de desarrollo de las exportaciones no relacionadas con el petróleo de Omán
		Estado de Palestina: mejora del empleo de los refugiados y de la población joven de Gaza
	Jordania: comercio para el empleo	

* Financiado por el fondo de desarrollo empresarial

REGIÓN	REGIONAL	ESPECÍFICOS PARA CADA PAÍS
Región árabe		Estado de Palestina: reforma y desarrollo de los mercados, las cadenas de valor y las organizaciones de productores
		República Árabe Siria: facilitación a través de canales digitales
		Sudán: adhesión a la OMC
		Estado de Palestina: vinculación de los refugiados y de la población joven de Gaza con oportunidades de mercado
		Qatar: fundaciones para comercio electrónico B2B
		Túnez: mejora de la competitividad internacional del sector de los textiles y el vestido (GTEX/MENATEX)
		Egipto: mejora de la competitividad internacional del sector de los textiles y el vestido (GTEX/MENATEX)
		Marruecos: mejora de la competitividad internacional del sector de los textiles y el vestido (GTEX/MENATEX)
		Estado de Palestina: reforma y desarrollo de los mercados, las cadenas de valor y las organizaciones de productores
		Promoción de la integración de las personas sirias que se encuentren bajo protección temporal y en comunidades de acogida en Turquía
		Qatar: iniciativa sobre el código de barras para el desarrollo comercial de las pymes
		Jordania: mejora de la competitividad internacional del sector de los textiles y el vestido (MENATEX)
		Bahrein: creación de la Agencia de Desarrollo de las Exportaciones de Bahrein
		Líbano: creación de puestos de trabajo sostenibles e ingresos estables
Mundial y multirregional		Desarrollo del comercio electrónico China - Kazajstán
		Iniciativa del cinturón y ruta de la seda de China
		Iniciativas de SheTrades (nacionales/mundiales)
		I 4 IMPACT (DAME): mejor desempeño institucional para la internalización de las pymes
		Global Trade Helpdesk.
		Programa de SheTrades para el Commonwealth
		*Proyecto cultural: iniciativa de desarrollo de la identidad e intercambio empresarial
		Renforcement du Management opérationnel des OPC dans 20 Pays moins avancés
		Plataforma de calidad e iniciativas nacionales que permitan a las pymes cumplir los requisitos de mercado relativos a la calidad
		SheTrades: acuerdo para la celebración de un taller internacional sobre la definición de «empresas pertenecientes a mujeres»
		SheTrades: utilizar datos para abordar las limitaciones al comercio más allá de la UE
		SheTrades Café
		Comercio para el Desarrollo Sostenible (T4SD) - Centros
		MENATEX regional: componente regional del programa de los productos textiles y las prendas de vestir para la región MENA
		Acuerdos de Asociación Económica (AAE) a nivel mundial y normas de origen
		*Certificado en gestión de las exportaciones (CGE)
		Comercio electrónico para tener impacto: refuerzo de las soluciones estratégicas electrónicas del ITC
		ACP: refuerzo de las capacidades productivas y las alianzas en las cadenas de valor
		Estudio de la encuesta empresarial para identificar las necesidades en materia de información de los exportadores de servicios de la UE
		Mejora de la transparencia comercial como un bien público mundial a través de las herramientas de análisis de mercados
		Juventud y Comercio: proyecto sobre emprendimiento y empleabilidad

* 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	2	4	6	
Barbados		1	1	
Armenia	2	1	3	
Belarús		1	1	
Bolivia	1	1	2	
Brasil	8		8	
Camerún		1	1	
China	2	3	5	
Colombia	2	1	3	
Congo	1		1	
Côte d'Ivoire		2	2	
Ecuador		2	2	
Estado de Palestina	1		1	
Federación de Rusia	5		5	
Ghana	1	1	2	
Guatemala	1		1	
India	3	8	11	
Indonesia	1		1	
Irán		1	1	
Jamaica	1		1	
Kazajstán	1		1	
Kenya	4	1	5	
Malasia	2		2	
Marruecos	1	2	3	
Mauricio	3	3	6	
México	2	4	6	
Mongolia	1		1	
Namibia	1		1	
Nicaragua	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	
Ucrania	1		1	
Uzbekistán	2		2	
Venezuela		1	1	
Viet Nam	1	2	3	
Zimbabwe	1	1	2	
Total países en des. y en transición	64	56	120	37 %

PAÍS	MUJERES	HOMBRES	TOTAL	%
PAÍSES MENOS ADELANTADOS				
Benin		2	2	
Burkina Faso	1		1	
Comoras		1	1	
Etiopía	1	2	3	
Guinea	1	1	2	
Madagascar	1		1	
Nepal		1	1	
República Democrática del Congo		1	1	
Uganda	1	1	2	
Zambia	2		2	
Total de países menos adelantados	7	9	16	5,0 %

OTROS PAÍSES

Alemania	16	3	19	
Australia	1	2	3	
Bélgica	1	2	3	
Bulgaria	1		1	
Canadá	4	4	8	
Chequia	2		2	
Corea		1	1	
Croacia	3		3	
Dinamarca		1	1	
España	6	2	8	
Estados Unidos de América	6	5	11	
Finlandia	1		1	
Francia	31	27	58	
Irlanda	2	1	3	
Italia	12	6	18	
Japón	1	1	2	
Malta		1	1	
Noruega		1	1	
Nueva Zelandia	2	2	4	
Países Bajos	1		1	
Polonia	1	3	4	
Portugal	1		1	
Reino Unido	10	9	19	
Suecia	1		1	
Suiza	10	3	13	
Total otros países	113	74	187	58 %

TOTAL DEL ITC 184 139 323 100 %

APÉNDICE VI

DISTRIBUCIÓN DE MISIONES, POR NACIONALIDAD Y GÉNERO DE LOS EXPERTOS, 2018

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	4	131			4	131
Burkina Faso	14	600	3	225	11	375
Camerún	4	93	1	5	3	88
Côte d'Ivoire	7	147	1	30	6	117
Djibouti	2	25			2	25
El Senegal	14	729	4	175	10	554
Etiopía	9	894	2	315	7	579
Gambia	11	578	3	183	8	395
Ghana	8	558			8	558
Guinea	3	284			3	284
Guinea-Bissau	3	26			3	26
Kenya	39	3 365	22	2 130	17	1 235
Madagascar	2	308	2	308		
Malí	12	306	3	88	9	218
Mozambique	7	684	3	269	4	415
Níger	6	120			6	120
Nigeria	5	301	5	301		
República Centroafricana	1	30			1	30
Rep. Unida de Tanzania	10	648	1	42	9	606
Rwanda	7	660			7	660
Sierra Leona	2	260			2	260
Sudáfrica	12	488	6	247	6	241
Sudán	3	282	1	220	2	62
Togo	3	50			3	50
Uganda	20	706	7	334	13	372
Zambia	5	492	3	423	2	69
Zimbabwe	2	145			2	145
ÁFRICA TOTAL	(23,7 % del total) 215	12 910	67	5 295	148	7 615

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	6	565	3	231	3	334
Bolivia (Estado plurinacional de) (el)	1	3			1	3
Brasil	2	230	2	230		
Chile	3	81	1	30	2	51
Colombia	14	982	7	418	7	564
El Salvador	2	130	1	63	1	67
Granada	2	94	2	94		
Guatemala	1	55			1	55
Guyana	1	90			1	90
Jamaica	2	173	2	173		
México	2	238	2	238		
Nicaragua	2	65	2	65		
Perú	7	547	4	444	3	103
República Dominicana	2	328			2	328
Santa Lucía	1	40			1	40
TOTAL AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE	(5,3 % del total) 48	3 621	26	1 986	22	1 635
ASIA Y EL PACÍFICO						
Afganistán	10	666	1	30	9	636
Bangladesh	3	164	1	50	2	114
Bhután	1	55			1	55
Camboya	1	20			1	20
China	11	1 079	9	789	2	290
Filipinas	2	85	1	40	1	45
India	35	1 737	15	942	20	795
Indonesia	5	189	3	104	2	85
Irán (República Islámica del)	1	10			1	10
Mongolia	3	210	2	188	1	22
Myanmar	3	271	1	124	2	147
Nepal	7	232	2	42	5	190
Pakistán	5	405	3	297	2	108
Papua Nueva Guinea	4	95	3	90	1	5
Singapur	3	188	2	163	1	25
Sri Lanka	30	1 046	8	410	22	636
Tailandia	1	127	1	127		
Turquía	2	119	1	95	1	24
Vanuatu	1	99	1	99		
Viet Nam	8	762	4	102	4	660
TOTAL ASIA Y EL PACÍFICO	(15 % del total) 136	7 559	58	3 692	78	3 867

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)						
Albania	5	110			5	110
Armenia	1	180	1	180		
Azerbaiyán	7	278			7	278
Belarús	1	180			1	180
Bosnia y Herzegovina	3	290			3	290
Eslovaquia	1	5			1	5
Federación de Rusia	8	971	8	971		
Georgia	3	367	1	180	2	187
Kazajistán	1	200	1	200		
Kirguistán	4	423	4	423		
Letonia	1	3			1	3
Macedonia del Norte	3	202	2	34	1	168
Montenegro	1	26			1	26
República de Moldova	3	297	1	60	2	237
Rumanía	2	90	1	50	1	40
Serbia	3	340	2	314	1	26
Tayikistán	12	609	1	52	11	557
Ucrania	29	1 552	10	695	19	857
TOTAL EUROPA Y LA CEI	88	6 123	32	3 159	56	2 964
	(9,7 % del total)					
REGIÓN ÁRABE						
Arabia Saudita	1	15			1	15
Argelia	11	323	2	52	9	271
Baréin	1	75	1	75		
Egipto	10	501	3	102	7	399
Estado de Palestina	7	210	1	18	6	192
Jordania	12	553	2	155	10	398
Líbano	2	60	1	20	1	40
Libia	5	263	2	230	3	33
Marruecos	19	1 382	5	547	14	835
República Árabe Siria	2	100			2	100
Túnez	20	1 495	7	504	13	991
TOTAL REGIÓN ÁRABE	90	4 977	24	1 703	66	3 274
	(9,9 % del total)					
TOTAL PAÍSES EN DESARROLLO Y EN TRANSICIÓN	577	35 190	207	15 835	370	19 355
	(63,6 % del total)					

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	31	1 913	13	1 126	18	787
Australia	10	627	6	344	4	283
Bélgica	6	437	2	224	4	213
Bulgaria	4	79	4	79		
Canadá	21	969	8	507	13	462
Chequia	2	299	2	299		
Croacia	2	114	1	103	1	11
Dinamarca	4	726	1	60	3	666
Eslovenia	1	84			1	84
España	12	899	7	626	5	273
Estados Unidos de América	43	2 928	26	1 852	17	1 076
Finlandia	4	164	1	40	3	124
Francia	63	3 704	23	1 127	40	2 577
Grecia	2	85	1	60	1	25
Irlanda	3	286	2	246	1	40
Islandia	1	15			1	15
Israel	1	15			1	15
Italia	20	1 529	10	917	10	612
Noruega	1	175			1	175
Nueva Zelanda	2	74			2	74
Países Bajos (los)	24	1 224	10	507	14	717
Polonia	5	518	3	443	2	75
Portugal	2	39			2	39
Reino Unido	35	2 327	15	858	20	1 469
Suecia	3	310	1	200	2	110
Suiza	28	1 571	15	816	13	755
TOTAL PAÍSES DESARROLLADOS	330 (36,4 % del total)	21 111	151	10 434	179	10 677
TOTAL TODAS LAS REGIONES	907	56 301	358	26 269	549	30 032

APÉNDICE VII

LISTA DE CONTRIBUCIONES VOLUNTARIAS AL FONDO FIDUCIARIO DEL ITC

FINANCIADORES	2017 (000 \$)			2018 (000 \$)		
	VENTANILLA 1	VENTANILLA 2	TOTAL	VENTANILLA 1	VENTANILLA 2	TOTAL
Gobiernos y agencias nacionales para el desarrollo	8 930	18 644	27 574	18 151	29 887	48 039
Agence Francaise de Development	-	-	-	-	972	972
Alemania (incluida la GIZ)	2 049	2 212	4 261	2 396	3 012	5 408
Argentina	-	20	20	-	-	-
Australia	-	307	307	-	-	-
Banco de Desarrollo de Qatar	-	81	81	-	1 000	1.000
Bélgica	-	-	-	2 275	-	2 275
Canadá	723	-	723	741	-	741
China (incluido el Consejo de Becas de China)	100	400	500	100	1 478	1 578
Dinamarca	-	43	43	4 713	-	4 713
Expertise France	-	463	463	-	932	932
Finlandia	-	136	136	1 535	69	1 604
Hungría	-	180	180	-	-	-
Islandia	-	-	-	200	-	200
India	50	-	50	50	-	50
Indonesia	-	30	30	-	-	-
Irlanda	910	-	910	943	-	943
ITHRAA - Sultanato de Omán	-	31	31	-	37	37
Japón	-	927	927	-	1 050	1 050
Kuwait	145	-	145	-	-	-
Noruega	1 093	-	1 093	1 079	-	1 079
Países Bajos (incluido el CBI)	-	4 101	4 101	-	2 832	2 832
Reino Unido de Gran Bretaña e Irlanda del Norte (el)	-	4 653	4 653	-	9 526	9 526
República de Corea (la)	-	658	658	-	-	-
San Vicente y las Granadinas	-	-	-	-	68	68
Sudáfrica	-	60	60	-	-	-
Suecia	3 859	838	4 698	4 118	2 271	6 389
Suiza	-	2 543	2 543	-	3 884	3 884
Suiza - MIM	-	200	200	-	636	636
USAID	-	760	760	-	2 119	2 119

FINANCIADORES	2017 (000 \$)			2018 (000 \$)		
	VENTANILLA 1	VENTANILLA 2	TOTAL	VENTANILLA 1	VENTANILLA 2	TOTAL
Organizaciones de apoyo al comercio	-	331	331	-	302	302
Agencia de Promoción del Comercio y las Exportaciones (TEPA) de Santa Lucía	-	82	82	-	166	166
Comité de Enlace de Europa con África, el Caribe y el Pacífico (COLECAP)	-	-	-	-	36	36
Cooperación para el Desarrollo y la Inversión de Barbados	-	82	82	-	-	-
Costa Rica CINDE	-	8	8	-	-	-
Federación Europea de Fabricantes de Alimentos Compuestos para Animales(FEFAC)	-	6	6	-	6	6
Fundación Internacional y para Iberoamérica de Administración y Políticas Públicas (FIIAPP)	-	-	-	-	18	18
Iniciativa para una Agricultura Sostenible (IAS)	-	114	114	-	24	24
Organismo de Fomento de las Exportaciones de los Estados del Caribe	-	-	-	-	14	14
Procomer	-	-	-	-	25	25
ProCórdoba Argentina	-	20	20	-	-	-
PromPerú	-	20	20	-	-	-
TradeMalta	-	-	-	-	12	12
Organizaciones internacionales, incluidas instituciones financieras, alianzas y fondos, organizaciones regionales, el sistema de las Naciones Unidas y otras relacionadas	60	25 039	25 099	-	40 953	40 953
Banco de Desarrollo del Caribe	-	129	129	-	-	-
Banco Islámico de Desarrollo	-	1 040	1 040	-	-	-
Banco Mundial	-	848	848	-	-	-
Centro Islámico para el Desarrollo del Comercio	-	40	40	-	-	-
COMESA	-	122	122	-	766	766
Corporación Islámica Internacional para la Financiación del Comercio (ITFC)	-	15	15	-	-	-
Fondo Africano de Garantía (FAG)	-	445	445	-	150	150
Fondo de la iniciativa Una ONU	-	-	-	-	625	625
Fondos rotatorios	-	484	484	-	432	432
Fundación para el Pacto Mundial	60	-	60	-	-	-
Marco Integrado Mejorado (MIM)	-	1 059	1 059	-	140	140
OIT	-	131	131	-	13	13
OIM	-	-	-	-	266	266
OMC-STDF	-	462	462	-	445	445
Organisation Internationale de la Francophonie	-	34	34	-	-	-
Organización de las Naciones Unidas para la Agricultura y la Alimentación (FAO)	-	228	228	-	216	216
PNUD	-	27	27	-	27	27
TradeMark East Africa	-	150	150	-	-	-
UEMOA	-	276	276	-	640	640
UMOCIR Malí	-	62	62	-	80	80
UNCTAD	-	-	-	-	188	188
Unión Europea	-	19 484	19 484	-	36 965	36 965
Western NIS Empresa Fund (WNISEF)	-	5	5	-	-	-

APÉNDICES

FINANCIADORES	2017 (000 \$)			2018 (000 \$)		
	VENTANILLA 1	VENTANILLA 2	TOTAL	VENTANILLA 1	VENTANILLA 2	TOTAL
Sector académico, instituciones de capacitación e investigación, organizaciones sin fines de lucro y empresas	-	605	605	-	1 275	1 275
Citibank	-	-	-	-	47	47
Consejo Noruego para Refugiados	-	-	-	-	307	307
Coop Genossenschaft / Chocolats Halba / Sunray	-	-	-	-	83	83
DHL	-	70	70	-	73	73
DMI Associates	-	-	-	-	31	31
Fondo Mundial para la Naturaleza (WWF)	-	-	-	-	15	15
Fundación Max Havelaar	-	-	-	-	52	52
Fundación Mo Ibrahim	-	114	114	-	114	114
Huawei Technologies	-	-	-	-	90	90
Instituto Universitario Nacional de Estudios de Políticas (GRIPS)	-	113	113	-	165	165
McDonalds Corp.	-	25	25	-	-	-
PepsiCo	-	100	100	-	-	-
Physikalisch-Technische Bundesanstalt (PTB)	-	13	13	-	-	-
Swisscontact	-	170	170	-	22	22
The UPS Foundation	-	-	-	-	276	276
FINANCIACIÓN EXTRAPRESUPUESTARIA TOTAL RECIBIDA	8 990	44 619	53 609	18 151	72 417	90 568

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 2019
Original: inglés

© Centro de Comercio Internacional 2019

ITC/AG(LIII)/274

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.

