



**Centro de Comercio Internacional**  
UNCTAD / OMC

ITC/AG(XXXVIII)/202  
23 de febrero de 2005  
Español  
Original: Inglés

# *Informe Anual 2004*



**Grupo Consultivo Mixto del Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC**  
**Trigésima octava reunión**  
**Ginebra, 18 - 22 de abril de 2005**

Este Informe Anual debe leerse en combinación con los documentos que se adjuntan al mismo: el *Resumen de los Proyectos de Cooperación Técnica Operativos en 2004* (ITC/AG(XXXVIII)/202/Add.1), los *Cuadros Estadísticos* (ITC/AG(XXXVIII)/202/Add.2) y el *Fondo Fiduciario Global del CCI: Informe del Comité Consultivo en la trigésima octava reunión del Grupo Consultivo Mixto* (ITC/AG(XXXVIII)/203).

## PREFACIO

El año 2004 estuvo marcado por el 40.º aniversario del CCI. Fue una oportunidad idónea para revisar los logros del pasado más reciente y para dibujar nuestras osadas, aunque realistas, perspectivas de futuro. El CCI ha tratado este tema publicando en un número especial del *Forum de Comercio Internacional* Semblanzas del Desarrollo del Comercio en diciembre de 2004. Dicha publicación es un complemento del presente Informe Anual.

Ha sido un año de consolidación tras un período de cinco años durante el cual la prestación de asistencia técnica se había incrementado en un porcentaje global del 82 %. Durante el ejercicio que nos ocupa, además de prestar asistencia de intensidad variable a 133 países, el CCI ha dedicado un tiempo considerable al establecimiento de nuevas alianzas y programas con la finalidad de mejorar la contribución a los Objetivos de desarrollo del Milenio (ODM), perfeccionar los procesos comerciales y apoyar las actividades de inspección y evaluación.

A fin de ofrecer a las partes interesadas una visión más exhaustiva de la labor del CCI y en línea con los esfuerzos del Centro por mejorar la integración de los principios de gestión basada en los resultados en su cultura directiva, por primera vez, el presente Informe Anual se basa fundamentalmente en los progresos realizados respecto a las cinco metas empresariales del CCI durante el ejercicio que nos ocupa.

Las metas empresariales del CCI constituyen el pilar de sus actividades. Con el tiempo, dichas metas se han ido modelando con cuidado para ayudar a optimizar el uso de los limitados recursos del CCI con vistas a lograr su misión, dentro de un entorno de comercio internacional que cambia con gran rapidez. Cada una de las metas se persigue mediante la combinación de diversas actividades de asistencia técnica llevadas a cabo en todos los programas.

Este Informe consta de tres partes: una visión general, una revisión más pormenorizada de los logros alcanzados en 2004 y algunas cuestiones de gestión. En un anexo se ofrece, también por primera vez, un completo “esquema nacional” de la asistencia prestada en todos los países en los que trabajó el CCI en 2004. Por último, dos apéndices aportan datos y detalles estadísticos adicionales respecto a los proyectos en marcha en 2004.

Esperamos que este informe y sus anexos ofrezcan una visión clara y completa de la labor del CCI en 2004, así como de los retos que nos depara el futuro.



J. Denis Bélisle  
Director Ejecutivo  
Centro de Comercio Internacional

## ÍNDICE

Prefacio	i
Abreviaturas	iii
<b>PANORAMA GENERAL</b>	<b>1</b>
<b>ANÁLISIS MÁS PORMENORIZADO DE LOS LOGROS DE 2004</b>	<b>6</b>
Meta 1: Facilitación de la integración de las empresas en el sistema comercial multilateral	6
Meta 2: Apoyo a la elaboración de estrategias de desarrollo del comercio	9
Meta 3: Fortalecimiento de los servicios de apoyo al comercio, tanto públicos como privados	10
Meta 4: Mejoramiento de los resultados sectoriales	14
Meta 5: Fomento de la competitividad empresarial	18
<b>CUESTIONES DE GESTIÓN</b>	<b>21</b>
Anexo: PROYECTOS Y ACTIVIDADES DE COOPERACIÓN TÉCNICA DEL CCI EN 2004, POR PAÍS Y NIVEL DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS	26

## ABREVIATURAS

AFLAI	La Federación Africana de Industrias del Cuero e Industrias Conexas
AGCS	Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios
ATV	Acuerdo sobre los Textiles y el Vestido
BMS	Sistema de Gestión Empresarial
CBI	Centro de Fomento de las Importaciones de los Países en Desarrollo [Países Bajos]
CCI	Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC
CEI	Comunidad de Estados Independientes
CMSI	Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información
HACCP	Análisis de peligros y de puntos críticos de control
IAC	Institución de apoyo al comercio
ISO	Organización Internacional de Normalización
JITAP	Programa Integrado Conjunto CCI/UNCTAD/OMC de Asistencia Técnica en Determinados Países Menos Adelantados de África y Otros Países Africanos
MI	Marco Integrado para la Asistencia Técnica en Actividades relacionadas con el Comercio de los Países Menos Adelantados
MSF	Medidas sanitarias y fitosanitarias
NAMA	Acceso a los mercados para los productos no agrícolas
NEST	Modelo de Estrategia de Exportación Nacional
OCDE/CAD	Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos – Comité de Asistencia para el Desarrollo
ODM	Objetivos de desarrollo del Milenio
OMC	Organización Mundial del Comercio
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
OPC	Organización de promoción comercial
OSSI	Oficina de Servicios de Supervisión Interna
OTC	Obstáculos técnicos al comercio
PACCIA/PACT	Programa para la Creación de Capacidad Comercial en África
PCM	Gestión del ciclo de proyecto
PMA	País menos adelantados
PRPE	Programa de Reducción de la Pobreza a través de las Exportaciones
PYME	Pequeñas y medianas empresas
RBM	Gestión basada en los resultados
SCM	Sistema comercial multilateral
<b>seco</b>	Secretaría de Estado de Economía (Suiza)
SMF	Sistema Modular de Formación
T&V	Textiles y el vestido
TIC	Tecnologías de la información y las comunicaciones
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
USAID	Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional
WASME	Asociación Mundial de Empresas Pequeñas y Medianas
WTN	World Trade Net



## PANORAMA GENERAL

---

### Panorama mundial sobre comercio

1. Las formas en que evolucionó el panorama mundial sobre comercio en 2004 tuvieron importantes implicaciones para el programa de trabajo del CCI. La producción mundial aumentó aproximadamente un 5 % y el comercio mundial registró un crecimiento aproximado del 8 %, muy por encima de la media de los últimos años. El “paquete de julio” adoptado por la Organización Mundial del Comercio (OMC) restauró la credibilidad del sistema comercial multilateral (SCM) en un momento en el que proliferaban los acuerdos comerciales de carácter regional y bilateral.

2. Ante tal coyuntura, resultaba incluso más crítica la necesidad de respuestas del lado de la oferta, incluida la competitividad de las pequeñas y medianas empresas (PYME), para garantizar que las ventajas del crecimiento en el comercio mundial no pasaban por alto a las economías en transición y desarrollo. En dicho contexto, los esfuerzos del CCI se centraron en proporcionar a las PYME una gama completa de servicios de apoyo comercial, incluyendo:

- Información empresarial adoptada;
- Acceso a herramientas analíticas y operativas; y
- Formación en la identificación de oportunidades de mercado, la adaptación de los productos y servicios a la demanda y la creación de capacidades para convertir las oportunidades comerciales en comercio real.

### Demanda por parte de los clientes y Metas Corporativas del CCI

3. La demanda de servicios del CCI por parte de los clientes en relación con sus Metas Corporativas se resume como sigue en términos absolutos y como porcentaje de la prestación total de servicios.

Meta	Título	Porcentaje aproximado del total de servicios prestados	Importe de los servicios (en millones de US\$)
Meta 1	Facilitación de la integración de las empresas en el sistema comercial multilateral	21	4,4
Meta 2	Apoyo a la elaboración de estrategias de desarrollo del comercio	13	2,7
Meta 3	Fortalecimiento de los servicios de apoyo al comercio, tanto públicos como privados	24	5,1
Meta 4	Mejoramiento de los resultados sectoriales	22	4,7
Meta 5	Fomento de la competitividad empresarial	20	4,2

### Facilitación de la integración de las empresas en el sistema comercial multilateral

4. El sistema comercial mundial, de rápida evolución, presentó importantes desafíos para el sector empresarial. El gran número de negociaciones, normas y acuerdos comerciales (multilaterales, plurilaterales, regionales y bilaterales) hizo que resultase imperativo para las PYME y sus asociaciones conocer mejor los dinámicos cambios del marco jurídico y reglamentario del comercio internacional, así como sus implicaciones para las actividades comerciales diarias, además de participar de manera más activa en la definición de las normas que regulan sus actividades. Esta labor se llevó a cabo principalmente a través de la creación de redes para compartir experiencias sobre el SCM, el cumplimiento de las normas y la movilización y defensa empresariales.

5. En respuesta a las demandas de los clientes, el CCI ha incrementado sus actividades sobre el terreno en 51 países de acuerdo con su Programa World Trade Net (WTN) y en 16 países conforme al JITAP<sup>1</sup>. Prestó asistencia práctica y específica en el ámbito nacional sobre los acuerdos de la OMC y el “paquete de julio”. La movilización y defensa empresariales se fomentaron mediante cinco talleres regionales de “El Sector Empresarial y el Desarrollo” en África, Asia, la Comunidad de Estados Independientes (CEI) y los países de Europa Oriental y América Latina. Se suministraron estudios de casos, guías empresariales y paquetes de formación. Se celebraron talleres interactivos sobre medidas de defensa comercial, obstáculos técnicos al comercio (OTC), medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF), y el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS); y se llevaron a cabo análisis comerciales relativos a la industria de los textiles y el vestido (T&V) para ayudar a los empresarios a reubicarse tras el 1º de enero de 2005.

6. Tras el revés experimentado en Cancún, el CCI contribuyó en parte al restablecimiento de la credibilidad del sistema comercial mundial entre las PYME, en más de 80 países en desarrollo y economías en transición. Los empresarios y los negociadores comerciales de dichos países acercaron posiciones para esquematizar sus perspectivas de futuro como equipos nacionales. En ocasiones distintas, el Director General y los tres Directores Generales Adjuntos de la OMC, así como el Secretario General de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) se movieron de manera individual a las iniciativas del CCI para desarrollar una interacción directa con los sectores público y privado sobre temas como la movilización y defensa empresariales, la agricultura, los servicios, los textiles, las vías de recurso comercial, el acceso a los mercados para los productos no agrícolas (NAMA) y los acuerdos regionales y bilaterales. Éstos, a su vez, pudieron apreciar mejor las preocupaciones de la pequeña empresa con respecto al SCM.

7. Siguen existiendo dificultades críticas. El sector empresarial necesita más ayuda para encontrar su camino a través del Programa de Trabajo de Doha y de los acuerdos comerciales de carácter regional y bilateral. Se necesitan esfuerzos adicionales para presentar el sinfín de normas y acuerdos comerciales a las empresas de manera sencilla, coherente, integradora y no amenazadora. Se requiere una serie de paquetes integrados de herramientas y de servicios de formación y asesoramiento para capacitar a las empresas individuales, con el fin de que cumplan y definan el futuro de dichas normas. El sector empresarial también está pidiendo más ayuda para transformar la movilización y defensa empresariales en una realidad y ponerla en funcionamiento en favor del mundo en desarrollo. Resulta esencial dar una respuesta adecuada a dichas peticiones a fin de garantizar el éxito de las negociaciones de Doha, la Conferencia Ministerial de la OMC en Hong Kong (China) en diciembre de 2005 y para la supervivencia de las PYME exportadoras más allá de Hong Kong (China).

## Apoyo a la elaboración de estrategias de desarrollo del comercio

8. Dentro de un mercado internacional cada vez más competitivo, nunca había sido tan importante para las economías en desarrollo y transición contar con una estrategia realista de fomento de las exportaciones nacionales. Junto con un mayor reconocimiento entre los políticos y planificadores gubernamentales de que una estrategia de exportación satisfactoria debe abordar la totalidad de los aspectos transversales de la competitividad, esto ha generado una nueva demanda importante de asistencia técnica relacionada con la gestión y el diseño de estrategias de exportación.

9. El “enfoque tradicional” del CCI para respaldar el diseño de estrategias de exportación dio paso a un enfoque basado en dos niveles que coordina las dimensiones tanto nacional como sectorial en la elaboración de una estrategia de exportación. Se mejoró el conjunto de herramientas de apoyo estratégico, se incrementó considerablemente la asistencia sobre el terreno y se aumentó el alcance del debate del Foro Ejecutivo anual sobre estrategias de exportación.

10. En el ámbito del diseño de estrategias nacionales de exportación se lograron resultados significativos. Los equipos para el desarrollo de estrategias de nueve países participaron activamente en la creación de estrategias de exportación nacionales con el apoyo del kit de herramientas sobre estrategia del CCI; se fortaleció la capacidad de uso de herramientas de análisis de mercado en más de 50 países; y aumentó considerablemente la actividad de la red internacional de estrategias de exportación en el intercambio de información, el análisis de colaboración y la preparación de escenarios sobre las “mejores prácticas”.

11. La importancia cada vez mayor atribuida al diseño e implantación de estrategias impone al CCI unas exigencias adicionales a fin de garantizar que sus herramientas y capacidades clave son suficientes para satisfacer una demanda tan elevada. El CCI garantizará la plena cohesión interna en las diversas facetas

---

<sup>1</sup> El Programa Integrado Conjunto CCI/UNCTAD/OMC de Asistencia Técnica en Determinados Países Menos Adelantados de África y Otros Países Africanos de la red WTN y del JITAP se beneficiaron cuatro países (Malawi, Mozambique, Senegal y Zambia).



técnicas y de prestación de su apoyo al diseño de estrategias enfocándose en particular en la cuestión central de cómo apoyar la implantación y el control de la estrategia. Deben mejorarse las capacidades nacionales para apoyar el desarrollo de estrategias y la creación de capacidades en este campo debería integrarse en los programas nacionales del CCI. Debe mantenerse la pertinencia del Foro Ejecutivo mediante un cambio en el énfasis del mismo, que pasará del proceso al contenido de la estrategia.

## Fortalecimiento de los servicios de apoyo al comercio, tanto públicos como privados

12. Los rápidos cambios registrados en el comercio internacional exigen una red integrada de proveedores de servicios de apoyo comercial en el ámbito nacional. Una combinación de iniciativas del sector público y privado está modificando cada vez más el panorama de apoyo al desarrollo del comercio, a través de la realización de colaboraciones sólidas de carácter empresarial, centradas en el incremento de la competitividad de las empresas. Se están definiendo de nuevo las características y funciones tradicionales de la organización de promoción comercial (OPC). Otras instituciones de apoyo al comercio (IAC) están desarrollando su capacidad para ofrecer nuevos programas de apoyo al comercio a sus clientes con vistas a incrementar su participación en el mercado mundial.

13. La respuesta del CCI se diseñó para ayudar a las IAC (incluidas las OPC, las asociaciones profesionales y el sector empresarial, las instituciones de formación y embalaje, los centros de arbitraje y mediación, los órganos normativos, las instituciones financieras comerciales y los proveedores de información comercial). Se prestó un sólido apoyo para incrementar la capacidad de las IAC para prestar servicios de alta calidad, incluidas herramientas personalizadas de apoyo comercial del CCI. La aportación de formación y asesoramiento profesional se vio complementada por la divulgación periódica de publicaciones, guías y boletines de carácter técnico. Se amplió la red mundial de instituciones del CCI que ofrecen programas formativos basados en una cuota de certificación profesional y de apoyo a la consultoría en empresas y se acompañó de la elaboración de materiales nacionales específicos en el ámbito local. Se proporcionaron a las IAC herramientas para gestionar el conocimiento y el acceso a datos comerciales actualizados que facilitasen una rápida respuesta a los requisitos empresariales internacionales.

14. De las colaboraciones con el CCI se beneficiaron las IAC de más de 100 países. La Quinta Conferencia Mundial de OPC, organizado por el CCI y Malta Enterprise, brindó a 70 organizaciones la oportunidad de revisar y adoptar medidas concretas para seguir siendo pertinentes, eficaces y rentables. Las redes de apoyo sobre embalaje, calidad y normativas, financiación del comercio y aspectos jurídicos del comercio están aplicando actualmente las herramientas del CCI de forma activa y adoptando un enfoque más integral para apoyar el comercio internacional. Los programas de formación profesional en gestión empresarial, gestión de la cadena de suministros y servicios han tenido como resultado que más de 400 instituciones socias cualificadas hayan ofrecido formación de alta calidad y apoyo interno a sus comunidades empresariales locales. La información suministrada al CCI por parte de las instituciones asociadas confirmó el sólido impacto de dicha formación en la mejora de la gestión de la cadena de suministros de las empresas. Actualmente, más de 60 países utilizan TradeMap, un componente del paquete integrado de herramientas de análisis de mercado del CCI, lo que permite a las IAC proporcionar información de mercado pertinente a los clientes.

15. Las IAC deben equiparse para ofrecer una respuesta rápida a las oportunidades del mercado a fin de formar una comunidad de exportación motivada y cada vez más capaz. La aparición del concepto<sup>2</sup> de Servicios de Desarrollo Empresarial (BDS) implica para ellas cambiar de método de prestación, mediante el incremento del uso de proveedores de servicios nacionales cualificados. Las IAC siguen enfrentándose a dificultades para garantizar una respuesta más proactiva a los requisitos empresariales en rápida evolución y para ofrecer herramientas y servicios pertinentes adaptados a las necesidades de los clientes. El reto del CCI consiste en ofrecer a la comunidad de IAC herramientas y servicios para la creación de capacidades que se puedan adaptar al ámbito local de manera oportuna y eficaz.

## Mejoramiento de los resultados sectoriales

16. Aunque el valor del comercio de mercancías mundial se ha duplicado en los últimos 10 años hasta alcanzar los US\$ 7,5 billones y a pesar de que los países en desarrollo se han beneficiado de manera general de dicho crecimiento, su participación en el comercio de mercancías sigue siendo baja. En concreto, el porcentaje de los países menos adelantados (PMA) en el comercio mundial de mercancías sigue siendo minúsculo, en tan sólo un 0,58 % o US\$ 43.000 millones. Para competir mejor en este mundo globalizado, las

---

<sup>2</sup> Los servicios BDS son servicios que mejoran el rendimiento de una empresa, su acceso a los mercados y su habilidad para competir.

empresas de dichos países deben estar dotadas de la capacidad, la estructura de costes competitiva y las opciones estratégicas correctas para mejorar los resultados sectoriales.

17. El CCI ofreció asistencia sectorial específica sobre productos a 27 países y asistencia en el campo de los servicios a 17 países. Se crearon nuevas oportunidades de exportación mediante nueve reuniones sectoriales de compradores y vendedores, como por ejemplo, la publicación y la impresión, los productos farmacéuticos, el cuero y el mercado de contratación de ayuda en toda África. Las partes interesadas locales aplicaron la metodología SHAPE<sup>3</sup> del CCI para preparar 16 estrategias de exportación y diagnósticos sectoriales en 6 países. Se lanzó una herramienta estratégica de fomento del sector turístico. Se ofreció información comercial de relevancia mediante publicaciones y portales web sectoriales específicos. El CCI ofreció asistencia concreta al sector de los T&V a fin de que se preparase para la eliminación de las cuotas en enero de 2005. Asimismo, se iniciaron trabajos para ayudar al sector del algodón a enfrentarse a los retos posteriores a Cancún. Se logró una mayor concienciación sobre las oportunidades de exportación de servicios en virtud de un programa en seis fases

18. Las reuniones de compradores y vendedores generaron más de US\$ 22 millones de negocios para más de 500 PYME exportadoras de productos farmacéuticos, publicaciones, ayuda y equipo de emergencia de 66 países. La feria comercial Meet in Africa y la reunión de compradores y vendedores sobre el cuero tuvieron como resultado nuevos negocios que se estima alcanzaron los US\$ 24 millones. Se crearon capacidades entre las asociaciones y las PYME de los sectores de T&V, el cuero, las industrias creativas y de servicios. La herramienta de evaluación comparativa, The FiT<sup>4</sup>, sobre textiles y el vestido permitió a los socios del Sur de Asia posicionarse mejor en respuesta a la eliminación gradual del Acuerdo sobre los Textiles y el Vestido (ATV). Gracias a la asistencia prestada a los exportadores de Ghana, se logró un incremento de las exportaciones de productos de horticultura de más de 10 millones de euros y, en China, se creó un sector de producción de manzanas orientado a la exportación. Sierra Leona pudo volver a entrar en el mercado del jengibre y en Sudáfrica, el CCI prestó una importante ayuda de creación de capacidades para iniciar las exportaciones de aloe ferox.

19. La asistencia sectorial evoluciona conforme a las oportunidades comerciales, tales como la eliminación en 2005 de las cuotas de volumen correspondientes a las exportaciones de prendas de vestir. Asimismo, es necesario resolver el problema del algodón en África a la vista de los cambios en las tendencias de la demanda para dicho producto. Los productos sostenibles medioambientales y relativos a la biodiversidad se están erigiendo como oportunidades de exportación de valor añadido y gran potencial. Los servicios distintos al turismo, como los servicios empresariales y profesionales, son el campo de mayor crecimiento del comercio internacional y están emergiendo nuevas oportunidades. Cada vez es más la presión que soportan los países en desarrollo para diseñar estrategias sectoriales realistas que contribuyan a impulsar la competitividad de las PYME y a tantear nuevos mercados. En este nuevo entorno competitivo, algunos lograrán resultados gracias a una buena iniciativa empresarial, aunque otros necesitarán ayuda.

## Fomento de la competitividad empresarial

20. Un mejor acceso al mercado es una condición necesaria, pero no suficiente, para mejorar el volumen y el valor del comercio entre países. Las ventajas de una mayor riqueza a través del comercio sólo se obtendrán si las empresas logran satisfacer los difíciles requisitos comerciales y competitivos de los clientes. En definitiva, son las empresas las que comercian y no los países. La creación de capacidades está íntimamente ligada a una reducción de la pobreza mediante el comercio. Esto se puede lograr sólo si los productores, las mujeres y el sector no oficial participan de un modo más a fondo en las cadenas de suministros internacionales de compradores y vendedores.

21. Se desarrollaron 80 proyectos para mejorar la competitividad de las PYME mediante recursos humanos, financieros, de información y de redes clave. La nueva formación centrada en el entorno interno de la empresa y los métodos de apoyo a la consultoría se probaron de manera experimental, se celebraron foros para la realización de negocios y se llevaron a cabo sobre el terreno misiones de evaluación para identificar nuevos proyectos en cooperación con la Comunidad Europea. Se formó a las empresas en el uso de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) para cumplir los requisitos de los compradores internacionales.

22. Los programas del CCI ayudaron a las empresas a identificar y materializar oportunidades comerciales en mercados en crecimiento tales como los fármacos elaborados con plantas, los cosméticos, el turismo, los servicios y las industrias creativas. Más de 1.300 PYME de 20 subsectores de servicios se beneficiaron de un

---

<sup>3</sup> SHAPE es una metodología del CCI que reúne a los participantes clave de un sector para diagnosticar los resultados del mismo, identificar opciones estratégicas y diseñar una estrategia sectorial y planes de implantación.

<sup>4</sup> The FiT es una herramienta de software comparativa del CCI específica al sector T&V.

activo programa de formación directa celebrado en 17 países. Dentro del Programa E-Trade Bridge, 120 gestores de PYME cuidadosamente seleccionados de El Salvador, Filipinas y la República Unida de Tanzania desarrollaron planes estratégicos que incorporaban las TIC en sus procesos empresariales. Se crearon materiales de formación en gestión de exportaciones y se probaron sobre el terreno con 110 educadores y gestores de PYME del Brasil, la India y Kenya dentro del Programa de Reducción de la Pobreza a través de las Exportaciones (PRPE) del CCI.

23. Las empresas seguirán precisando asistencia práctica para llegar a dominar los aspectos funcionales del comercio internacional y tendrán que utilizarse los resultados de las evaluaciones de las necesidades empresariales para enriquecer el diseño de las estrategias comerciales tanto nacionales como sectoriales. Tendrá que integrarse toda la variedad de instrumentos de asistencia técnica relacionada con el comercio, incluidas las publicaciones, las herramientas y los programas de formación, para afrontar los retos comerciales en continuo cambio. El CCI y sus socios deben seguir adelante con el sector privado para lograr un equilibrio entre el alcance, el impacto y la sostenibilidad comercial de las intervenciones. Ha de mejorarse la calidad de los informes sobre resultados empresariales mediante una estrecha colaboración con las redes de socios del CCI.

## CUESTIONES DE GESTIÓN

24. El año del 40.º aniversario del CCI estuvo marcado por importantes acontecimientos. La organización consolidó sus recientes logros en términos de rápido incremento de la prestación de servicios durante tres ejercicios consecutivos, sentó las bases para mejorar la consecución de sus metas y definió su visión de futuro. Desde un punto de vista estratégico, se crearon nuevas asociaciones y alianzas y se alcanzó una colaboración máxima con agencias para el desarrollo en el campo de la asistencia técnica relacionada con el comercio. Desde un punto de vista funcional, se emprendieron medidas para seguir ampliando las eficacias mediante sistemas de control e información innovadores, se avanzó en la coordinación entre divisiones y se llevaron a cabo esfuerzos para avanzar hacia una gestión basada en los resultados (RBM). El CCI defendió su posición como agente especializado y estratégico en el campo del desarrollo comercial. Al tiempo que se esforzaba por mantener este enfoque estratégico, el CCI no perdió de vista su compromiso con metas empresariales claramente identificadas y contribuyó a los fines generales de los Objetivos de desarrollo del Milenio y del Programa de Desarrollo de Doha. Entre los retos clave pendientes, se encuentra una definición permanente del foco de atención específico del CCI, la implantación de un crecimiento gestionado, la mejora e integración de sus herramientas y servicios, la consolidación de una cultura de gestión basada en los resultados y la satisfactoria planificación e implantación de la sucesión de los directivos ejecutivos del CCI.

## ANÁLISIS MÁS PORMENORIZADO DE LOS LOGROS DE 2004

### META 1: FACILITACIÓN DE LA INTEGRACIÓN DE LAS EMPRESAS EN EL SISTEMA COMERCIAL MULTILATERAL

#### *La comunidad empresarial y sus intereses en la integración en el sistema comercial siguieron siendo el foco de atención principal del CCI ...*

25. El CCI siguió ayudando a las empresas a orientarse mejor y posicionarse dentro de las complejidades del cambiante sistema comercial mundial. Durante el año, el CCI:

- Amplió sus canales de flujo de información y de capacitación, a prueba contra el paso del tiempo;
- Activó el diálogo entre el sector público y privado sobre aspectos relativos a la OMC;
- Prosiguió con sus esfuerzos para mejorar la participación de las empresas en las negociaciones de Doha; y
- Fomentó la movilización y defensa empresariales.

#### *... a través de una completa cartera de proyectos enfocados específicamente al SCM.*

26. Las actividades desarrolladas durante 2004 contribuyeron a garantizar que el sector empresarial estuviese mejor equipado para poder desempeñar su papel en el cumplimiento del Programa de Desarrollo de Doha y que los equipos nacionales se impliquen más en los preparativos de la Conferencia Ministerial de Hong Kong (China). Para ello, se utilizó el Programa *World Tr@de Net*, la iniciativa *“El Sector Empresarial y el Desarrollo”* y el *JITAP* (que el CCI lleva a cabo conjuntamente con la UNCTAD y la OMC).

#### *WTN informó a las empresas sobre las implicaciones del “paquete de julio” ...*

27. WTN constituyó el principal canal de flujos de comunicación, asesoramiento y formación, con una perspectiva a largo plazo, sobre la creación de capacidades nacionales de las organizaciones comerciales y empresariales. Durante el año, el programa apoyó redes dirigidas por el sector privado en 51 países en desarrollo y economías en transición. Dichas redes debatieron sobre las implicaciones empresariales de las negociaciones multilaterales y bilaterales permanentes y ayudaron a identificar importantes necesidades de las comunidades empresariales en materia de capacitación. El programa ofreció información actualizada constante sobre las negociaciones de la OMC y explicaciones claras de las implicaciones

empresariales del “paquete de julio”. Asimismo, se organizaron retiros para los Comités Interinstitucionales y los grupos de consulta en los países socios del JITAP para evaluar el impacto nacional del “paquete de julio” de la OMC y para comenzar a articular las estrategias de negociación para la Conferencia Ministerial de Hong Kong (China). Se siguió prestando apoyo a dichos grupos y comités a través de una ampliación de la capacidad y los recursos de información de los centros nacionales de referencia de la OMC y puntos nacionales de información. Se crearon centros de referencia sobre la OMC en el Pakistán y también se les prestó la formación pertinente.

#### **La movilización y defensa empresariales cobran impulso en los países en desarrollo**

La movilización y defensa empresariales se están abriendo paso, tal como demuestran los siguientes comentarios recibidos del CCI:

“Se trata de buenas noticias [el “paquete de julio” de la OMC]. Pero, lo especialmente positivo ha sido que, en esta ocasión, los negociadores escucharon previamente a la comunidad empresarial y han podido defender sus intereses ... Nos ofreció [la red World Tr@de Net del CCI] la posibilidad de ver cómo se aseguran las empresas de otros países de que el Gobierno sea plenamente consciente de sus intereses cuando negocian acuerdos comerciales.” — *Tatiana Philippova, Cámara de Promoción del Comercio de Bishkek, Kirguistán*

“World Tr@de Net ha ayudado a nuestra comunidad empresarial a intensificar el diálogo con el equipo de negociación del gobierno en la nueva ronda, lo cual fortalecerá nuestra participación.” — *Rigoberto Monge, líder empresarial, El Salvador*

“El sector privado está deseando participar, interactuar ... se trata de lo que denominamos movilización y defensa empresariales ... Si lo asociamos al nombre CCI, es como una marca, aporta prestigio ... y las autoridades dan importancia a dicho mensaje.” — *Muhammad Akber Sheikh, Cámara de Comercio de Lahore, Pakistán*

“Me sorprendió gratamente que hayan elaborado [el CCI] una información tan amplia sobre lo que hemos estado negociando, de un modo sencillo y fácil de comprender. Les animo a que todavía hagan algo más. Todo lo que yo denominaría aplicaciones pragmáticas de las normas y que son... cruciales, en tantos sentidos, para el éxito de lo que la OMC se propone lograr.” — *Dr Supachai Panitchpakdi, Director General de la OMC*

#### *... al tiempo que las reuniones de “El Sector Empresarial y el Desarrollo” fortalecieron la movilización y defensa empresariales.*

28. La iniciativa *“El Sector Empresarial y el Desarrollo”* puso en práctica la movilización y

defensa empresariales a través de cinco reuniones regionales que abarcaron a todas las regiones en desarrollo y transición. Los negociadores y los expertos ofrecieron información de primera mano a 237 ejecutivos empresariales y 99 negociadores del gobierno de 85 países en desarrollo y economías en transición y debatieron las preocupaciones y puntos de principal interés para el sector privado con respecto al Programa de Trabajo de Doha. Respaldados por “información actualizada” (informes provisionales, boletines, documentos técnicos e información empresarial sobre los acontecimientos de los principales campos de negociación) del CCI, los debates pusieron de relieve los aspectos de negociación claves y tuvieron un visible impacto en el fortalecimiento de la relación entre los sectores público y privado. Las reuniones se centraron en las preocupaciones regionales específicas del sector empresarial.

#### “El Sector Empresarial y el Desarrollo”: Hechos destacados

- **Nairobi, marzo de 2004** (12 países del Sur y del Este de África). La reunión reflejó claramente el “Impacto posterior a Cancún” y la preocupación por el debilitamiento del SCM. El tema en el que se concentró la reunión fue la nueva responsabilidad del sector empresarial de contribuir a la preparación de negociaciones comerciales.
- **Sofía, mayo de 2004** (16 países de Europa Central y Oriental y de Asia Central). El sector empresarial instó a los representantes del gobierno a volver a la mesa de negociaciones multilaterales.
- **Río de Janeiro, junio de 2004** (19 países de América Latina y el Caribe). La primera línea de debate la ocuparon los aspectos sobre desarrollo, siendo la agricultura el aspecto individual más importante, seguido por el NAMA y la dimensión de desarrollo de las negociaciones sobre servicios.
- **Manila, octubre de 2004** (16 países de Asia y Oriente Medio). Tras el acuerdo sobre el “paquete de julio”, los debates técnicos detallados reflejaron la actitud constructiva del sector empresarial y del Gobierno tras el logro en las negociaciones de Doha. La rápida adhesión de los PMA, los servicios y el futuro del sector de T&V tras 2005 fueron puntos de debate principales.
- **Casablanca, diciembre de 2004** (22 países de África Occidental y Central y la región del Magreb). La proliferación de acuerdos bilaterales regionales se consideró como un aspecto primordial. La comunidad empresarial debatió las posibles ventajas de la movilización y defensa empresariales. Se analizaron el trato especial y diferenciado y el problema del algodón desde el punto de vista africano.

#### **Se iniciaron programas nacionales en países socios de WTN ...**

29. Los miembros de WTN ampliaron el debate nacional interno para la preparación de la Conferencia Ministerial de Hong Kong (China) y reunieron planes de acción específicos nacionales

que derivaron en proyectos nacionales sobre el SCM en Bangladesh, el Pakistán y Sri Lanka. En Bangladesh, la asistencia se centró en informar a la comunidad empresarial de las implicaciones de los acuerdos de la OMC. Posteriormente, se amplió el foco de atención para incluir las preferencias comerciales y las implicaciones del número cada vez mayor de acuerdos comerciales regionales y bilaterales. En el Pakistán, un programa coordinado por el CCI en el que participó la Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUUDI), la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) y la UNCTAD, y financiado por la Comunidad Europea, prestó apoyo para crear capacidades de integración en la economía mundial.

#### **... y se intensificó la asistencia a los países del JITAP.**

30. A medida que se incrementó la velocidad de la Fase II del JITAP, se suministraron materiales de WTN y se prestó asistencia concreta a los 16 países del JITAP. Se prestó asistencia para comprender el SMC, identificar intereses en la negociación claves, preparar posturas de negociación, formular políticas comerciales y estrategias sectoriales y aumentar la competitividad de las exportaciones nacionales. Una serie de videoconferencias internacionales sobre agricultura, el NAMA y los servicios derivó en el desarrollo de redes formales e informales de expertos capaces de apoyar a los políticos y los negociadores comerciales. En dicho contexto, se elaboró un informe que analizaba el impacto de las condiciones de acceso al mercado en el comercio internacional para Túnez a fin de respaldar a dicho país en el proceso de adopción de sus posturas de negociación.

#### **Se lanzó un nuevo servicio para ofrecer respuestas rápidas a necesidades relacionadas con el SCM, ...**

31. Durante el año, el CCI y la Comunidad Europea establecieron conjuntamente un fondo fiduciario para ayudar a los países asiáticos en desarrollo a integrarse mejor en la economía mundial.

#### **El Fondo Fiduciario para Asia: Un servicio de respuesta rápida para los países asiáticos**

El Fondo Fiduciario para Asia se lanzó en Bruselas en septiembre de 2004 con un presupuesto de 5 millones de euros para un período de tres años. Está destinado a responder de manera eficaz y efectiva a las necesidades urgentes de los países en desarrollo asiáticos con respecto a asistencia técnica en materia de comercio en campos en los que el CCI posee conocimientos vitales. Las actividades apoyadas mediante este nuevo servicio complementan los esfuerzos nacionales para beneficiarse de las normas y los acuerdos de la OMC. En virtud de este nuevo servicio, pueden recibir apoyo 19 países en desarrollo y dos organizaciones regionales.

**... se reforzó la cooperación con agrupaciones económicas regionales, ...**

32. Las secretarías del Mercado Común para el África Oriental y Meridional (COMESA), la Comunidad Económica de los Estados de África Occidental (CEDEAO) y la Unión Económica y Monetaria de África Occidental (UEMOA) aumentaron su conocimiento de las implicaciones del SCM para la integración regional en África, a través de un taller organizado en virtud del JITAP.

**... las empresas se prepararon para la eliminación gradual de las cuotas de acuerdo con el ATV, ...**

33. El sector de los T&V recibió asistencia para su preparación de cara a la eliminación de las cuotas de acuerdo con el ATV el 1º de enero de 2005, con escenarios empresariales e intercambio de percepciones y experiencias relativas a los ajustes para la transición. En América Latina y Asia se celebraron dos talleres regionales y se iniciaron las labores para crear estrategias sectoriales a fin de afrontar los retos de 2005 usando la herramienta de creación de estrategias sectoriales del CCI, SHAPE. Uno de los resultados inmediatos del taller regional de América Latina fue la decisión por parte de la comunidad empresarial en el sector de T&V de crear una asociación regional para, entre otras cosas, afrontar conjuntamente los retos asociados con la eliminación de las cuotas. Se llevó a cabo una revisión específica nacional de los retos a los que se enfrenta el sector en Bangladesh, seguida de apoyo para la formulación de estrategias sectoriales.

**... y el apoyo concreto sobre cuestiones relacionadas con los OTC y las MSF siguieron siendo un campo de trabajo importante.**

34. Los estudios de casos y los paquetes de formación sobre los OTC y las MSF ayudaron al sector empresarial a conocer mejor los aspectos en cuestión y las respuestas necesarias para cumplir las normas, las normativas técnicas, los requisitos sanitarios y fitosanitarios y la certificación. Se ofrecieron talleres sobre los OTC, basados en paquetes de formación creados en virtud del programa World Trade Net, en Kirguistán y Tayikistán. En Kazajstán y Uzbekistán, se prestó asistencia para elaborar nuevas legislaciones sobre normativas técnicas que cumplieren las normas de la OMC. Ejecutivos empresariales, responsables de juntas normativas y representantes gubernamentales participaron en un acontecimiento regional celebrado en Egipto que analizó las dificultades comerciales que plantean las normativas sobre las MSF.

**Se prestó asistencia para las negociaciones sobre el AGCS, ...**

35. Para promover una mayor participación de los países en desarrollo en el AGCS, se llevaron a cabo estudios sobre la capacidad del sector de servicios en 10 países en desarrollo. Los informes resultantes incluyen sugerencias sobre métodos de negociación en el AGCS. El CCI y la OMC ofrecieron conjuntamente cursos realizados en Ginebra sobre las negociaciones del AGCS, cuyos resultados fueron presentados en la Sesión Especial del Consejo de Comercio de Servicios de la OMC. De los 10 beneficiarios, 5 (Barbados, Paraguay, Perú, Senegal, y Trinidad y Tabago) han informado de que el mayor conocimiento de los sectores de servicios de sus países han tenido como resultado acciones de seguimiento concretas.

**... se promovieron negociaciones sobre acceso al mercado ...**

36. Se puso a disposición de todas las redes de miembros de World Trade Net la versión experimental de Market Access Map (MacMap), la base de datos exclusiva del CCI para el análisis del acceso al mercado y se ajustó dicha herramienta conforme a los comentarios realizados.

**El CCI contribuye a las negociaciones sobre acceso al mercado**

Tras el lanzamiento de la herramienta Market Access Map en [www.macmap.org](http://www.macmap.org) del CCI, ha habido un gran interés de los analistas de la política comercial y de las empresas. Algunos países de África, el Caribe y el Pacífico descubrieron recientemente la utilidad de Market Access Map para ayudar a identificar problemas de acceso al mercado claves tales como la eliminación de las preferencias y el planteamiento de sus circunstancias concretas en las negociaciones de Doha.

El CCI se concentra en la capacitación de los países en desarrollo para resolver problemas de acceso al mercado. El interés de los ministerios nacionales y las instituciones de apoyo al comercio en esta herramienta ha sido muy elevado. No obstante, lo que no había previsto el CCI era el nivel de la respuesta de las pequeñas y grandes empresas como Walmart. Actualmente, el reto fundamental consiste en mantener el carácter actualizado de los datos y garantizar que el contenido y la funcionalidad siguen resultando pertinentes para los usuarios.

**... y se prestó apoyo a la reforma del sistema de subcontratación pública.**

37. A petición de la Iniciativa de la Mesa Redonda sobre el Fortalecimiento de las Capacidades de Subcontratación en Países en Desarrollo del Banco Mundial, organizada por la

Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos – Comité de Asistencia para el Desarrollo (CAD/OCDE), el CCI creó un método experimental para la medición y control de la eficiencia del sector público en materia de subcontratación. Dicho método se integró en el marco más general de la Mesa Redonda del Banco Mundial OCDE/CAD y se espera que conlleve aplicaciones experimentales en el ámbito nacional de Madagascar, Marruecos y Uganda. En el futuro, el CCI reorientará sus esfuerzos y recursos, alejándolos de la subcontratación pública y centrándose en aspectos que afecten directamente a la competitividad de la cadena de suministros de las empresas y al nivel de las exportaciones.

***A pesar de los progresos realizados en diversos frentes, siguen existiendo retos importantes.***

38. El año 2005 será decisivo para la sostenibilidad del sistema comercial, estando dominada la agenda de comercio internacional por el Programa de Trabajo de Doha. El sistema comercial multilateral no será sostenible si el sector empresarial de los países en desarrollo y las economías en transición no participan en la definición del sistema en la misma medida que en los países desarrollados. El sector empresarial todavía no conoce bien la complejidad del entorno comercial, que se está haciendo menos transparente por el número cada vez mayor de acuerdos regionales y bilaterales. Será necesario mantener, activar y expandir a largo plazo los canales del CCI hacia las comunidades empresariales. El aumento de participación del sector empresarial tendrá que ir acompañado de una cultura y de instituciones apropiadas de movilización y defensa empresariales.

## **META 2: APOYO A LA ELABORACIÓN DE ESTRATEGIAS DE DESARROLLO DEL COMERCIO**

***Se pusieron a disposición nuevas herramientas de apoyo a las decisiones para los creadores de estrategias de exportación ...***

39. En 2004, a través de un activo programa de investigación y pruebas sobre el terreno el CCI realizó importantes mejoras de su cartera de herramientas de apoyo a las decisiones y los productos de asistencia técnica para los creadores de estrategias de exportación de los países en desarrollo y las economías en transición. De este modo, se integraron en el kit de herramientas de apoyo estratégico del CCI métodos para evaluar los puntos fuertes y los obstáculos en el ámbito de la oferta, para determinar las posibilidades de añadir valor y reducir los costes de las transacciones, así como de establecer prioridades entre los sectores.

40. Se racionalizó la “plataforma de comunicación” del Modelo de Estrategia de Exportación Nacional (NEST) – herramienta principal del CCI para orientar el proceso de diseño de estrategias nacionales – y se introdujeron dos nuevas herramientas en la gestión de estrategias: *una Guía jurídica para la creación y el funcionamiento del Consejo de Exportación Nacional* y *una Tarjeta de puntuación equilibrada para los gestores de estrategia* (que trata los temas de control de resultados y de medición de impactos). El CCI actualizó su paquete de herramientas de análisis de mercado en Internet<sup>5</sup>, que siguen siendo el centro de su kit de herramientas estratégicas. Asimismo, comenzó a trabajar sobre una herramienta adicional para apoyar la toma de decisiones, Investment Map, cuyo objetivo es respaldar las actividades de atracción de la inversión y de los organismos de promoción del comercio. Investment Map contiene datos relativos a más de 80 países sobre valores y flujos de inversión extranjera directa. Se mejoró SHAPE, uno de los métodos de creación de estrategias sectoriales del CCI, dentro de un paquete completo de asistencia técnica en seis países.

***... y el Foro Ejecutivo atrajo a un número récord de participantes ...***

41. Para complementar esta amplia mejora de las herramientas y del programa de pruebas sobre el terreno, el CCI promovió activamente la concienciación sobre mejores prácticas en materia de estrategias de exportación dentro de su programa principal: el Foro Ejecutivo. Este año, se celebraron dos Foros Ejecutivos. En colaboración con la Secretaría de la Commonwealth y el Ministerio de Comercio e Industria de Trinidad y Tabago, el CCI organizó, en Port of Spain, una consulta titulada “Pequeños Estados en Transición: De la vulnerabilidad a la competitividad”, que se concentró en las opciones estratégicas a disposición de dichos países. Participaron 26 equipos de estrategia nacional y se mantuvo un contacto técnico regular con siete de dichos equipos.

42. Por primera vez, el CCI y la **seco** exigieron a los países participantes en el debate mundial anual del Foro Ejecutivo de Montreux que asumiesen los costes de su viaje. El objetivo consistía en confirmar el nivel de la demanda real para tal acontecimiento e introducir en dicho enfoque un grado de sostenibilidad a largo plazo. Los miembros de la red del Foro Ejecutivo también asumieron el liderazgo en el establecimiento de la agenda de investigación del debate y en la preparación de los documentos técnicos que se

<sup>5</sup> Estas herramientas estratégicas de análisis de mercado son, entre otras, Country Map, TradeMap, Product Map y Market Access Map, estando las tres últimas a disposición de las IAC, privadas o públicas, de acuerdo con una suscripción anual.

presentarán. El debate obtuvo un gran respaldo. Se centró en el tema de la “Competitividad mediante la asociación público-privada: Éxitos y lecciones aprendidas”, incluida una sesión sobre la dimensión del género en la creación de estrategias, obtuvo un gran respaldo. Participó un número sin precedentes (43) de equipos de estrategia, la mayoría de acuerdo con un reparto de los costes. Según la opinión de al menos un evaluador independiente que participó en el Foro Ejecutivo de 2004, se convirtió en un acto “ineludible” entre los profesionales de la promoción del comercio<sup>6</sup>.

### El Foro Ejecutivo: Una respuesta en evolución

“En el CCI, nos *dedicamos* a la asistencia técnica en materia de comercio. ... Para seguir siendo pertinentes en este negocio, el CCI debe gestionar cuidadosamente el ciclo de vida de sus “productos” de asistencia técnica.

“El Foro Ejecutivo es uno de esos productos. Comenzó en 1999, como una consulta a instancias del CCI entre un número selecto de personas. Como demostrará el número de personas presentes en esta sala, el Foro Ejecutivo se ha transformado en una empresa considerablemente mayor. Así, su naturaleza también ha cambiado y está comenzando una nueva vida, un nuevo ciclo. Y son ustedes, la red, los que lo han cambiado.

“Actualmente, la red del Foro Ejecutivo se extiende desde Amman a Abidján, desde Bangkok a Bucarest y desde Lima a Lusaka. Sus actividades han pasado a estar plenamente centradas “en la demanda”. La mayoría de ustedes está aquí porque lo han considerado suficientemente importante como para rascarse los bolsillos y financiarse el viaje a Montreux. Esto, más que cualquier otra cosa, confirma la demanda.

“En resumen, han confirmado la importancia del Foro Ejecutivo. No sólo han ampliado el ciclo de vida del mismo, sino que lo han reinventado. Son ustedes, la red, los que actualmente impulsan el Foro Ejecutivo.” — *Extracto de las observaciones introductorias de J.-Denis Bélisle, Director Ejecutivo del CCI, en el Foro Ejecutivo de 2004.*

### **Se prestó apoyo sobre el terreno al diseño de la estrategia nacional ...**

43. Durante el año, se instó al CCI a que iniciase un programa significativo de apoyo sobre el terreno en el diseño de estrategias de exportación nacionales. Se iniciaron programas de apoyo en Camboya, Gambia, Kirguistán, Malawi, la República Democrática Popular Lao, Rumania, Swazilandia, Uganda, Viet Nam y Zambia. Los equipos de diseño de estrategias, asistidos en ocasiones por consultores regionales, aplicaron la herramienta informática NEST del CCI y les ayudaron a través de Internet durante el proceso de

6–9 meses de diseño de una estrategia de exportación nacional. Este método tiene por objeto garantizar la plena posesión del proceso de diseño por parte de los equipos de estrategia y crear las capacidades técnicas que se necesitarán finalmente para gestionar la implantación de la estrategia<sup>7</sup>.

### **... y se crearon capacidades centrales en análisis de mercado.**

44. De manera similar, a lo largo del año, se fortaleció la capacidad para utilizar herramientas de análisis de mercado estratégicas de Internet del CCI. Con el apoyo de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) y la *seco*, y a través del JITAP, se organizaron programas de formación en más de 50 países. Se hizo hincapié en ampliar la experiencia de los usuarios locales y los creadores de estrategia en análisis de mercado, interpretación de datos y reparto de información. Se tocaron conceptos estratégicos en programas introductorios, mientras que en Kirguistán, la República Unida de Tanzania, Sudáfrica y Uruguay se proporcionó una formación más completa sobre la formulación de estrategias.

### **META 3: FORTALECIMIENTO DE LOS SERVICIOS DE APOYO AL COMERCIO, TANTO PÚBLICOS COMO PRIVADOS**

#### ***Las organizaciones de promoción del comercio recibieron apoyo para la creación de capacidades.***

45. Sobre el terreno, se prosiguió el trabajo de prestación de asesoramiento técnico a las OPC en los Emiratos Árabes Unidos, Mauritania y Tayikistán lo que tuvo como resultado el establecimiento de centros de fomento de las exportaciones. La capacidad del Centro de Promoción del Comercio de Rumania para prestar servicios a sus clientes se vio reforzada a través de la creación de un nuevo sitio web que incluye un portal de exportadores. Se crearon un manual, herramientas de consulta y de formación para ampliar las redes de representación comercial extranjera en países en desarrollo y transición.

<sup>6</sup> Extracto de un informe de Markus Reichmuth, evaluador por cuenta de la *seco*.

<sup>7</sup> Se prevé que se preparen estrategias integrales de exportación nacional antes del final de 2005 en cada uno de esos países y se presentarán para su debate en el Foro Ejecutivo de 2005.



**Las OPC se erigen como entidades innovadoras que ofrecen servicios para satisfacer las necesidades de los clientes**

Con motivo de la V Conferencia Mundial de Organizaciones de Promoción del Comercio celebrada en Malta sobre "El Futuro de las OPC – Innovación para la obtención de una ventaja competitiva", se reunieron ciento cincuenta directores y gestores ejecutivos de 69 países. La comunidad de OPC presentó los primeros Premios Mundiales para OPC que reconocen el éxito de dichas organizaciones homólogas y recompensan las prácticas innovadoras y los logros verificables de las OPC en los dos años previos a la conferencia. Treinta y dos OPC compitieron en cinco categorías diferentes y el Jurado seleccionó a los siguientes ganadores:

- KOTRA de la República de Corea – *el Mejor de los Mejores y la Mejor OPC de un País en Desarrollo* por su trabajo de integración de sus servicios nacionales e internacionales para clientes.
- AUSTRADE de Australia – *Mejor OPC de un País Desarrollado*, por sus esfuerzos en el fomento de nuevos exportadores.
- Consejo de Promoción de las Exportaciones de Uganda (UEPB) – *Mejor OPC de un País Menos Adelantado* por el uso de información de mercado que mejora la eficiencia de los exportadores.
- JAMPRO de Jamaica – *Mejor OPC de un País Pequeño* por prestar apoyo sectorial dirigido al mercado en el desarrollo de marcas.
- Organismo de Promoción del Comercio de Bulgaria (BPTA) – *Mejor OPC de una Economía en Transición* por sus estrategias integradas de promoción de productos.
- Proexport Colombia – *Premio Sorpresa del Jurado* por su método de enfoque en el cliente y la gestión de la relación con el cliente, sus procesos de venta estratégicos, sus metas empresariales concretas, su compensación directamente relacionada con la consecución de objetivos empresariales y la atención prestada a las PYME orientadas hacia la exportación.

En reflejo del incremento del interés y del compromiso activo de los miembros de las OPC mundiales, tras un reñido proceso de votación, Dubai se ganó el derecho a ser el anfitrión de la conferencia de 2006.

**Se lanzó una iniciativa única para los centros de mediación y arbitraje comercial ...**

46. En otra intervención específica del CCI, 60 directores de centros de mediación y arbitraje de 50 países desarrollados y en desarrollo (dos tercios de los mismos asumieron sus propios gastos) se reunieron en Chamonix, Francia, para intercambiar ideas y mejores prácticas sobre gestión, operaciones y financiación de los servicios de resolución de disputas comerciales. Durante la conferencia, se confirmó la cooperación entre diversos centros de arbitraje, incluida la decisión de crear servicios de mediación en el Tribunal de Arbitraje de la Cámara de Comercio e Industria de Estonia en cooperación con el Centro para la Resolución de Disputas del Reino Unido. Más de

20 instituciones de arbitraje de Sudáfrica se ofrecieron a ampliar la asistencia a otros centros de arbitraje, algunos de ellos pro-bono.

**... y se amplió tanto el uso de *Juris Internacional* como de *Lega Carta*.**

47. Las bases de datos exclusivas de contratos modelo e información jurídica del CCI, *Juris Internacional* y *Lega Carta*, se pusieron a disposición para su uso más general. En una reunión celebrada en Ginebra, los jefes del Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado (UNIDROIT), la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (UNCITRAL) y la Conferencia de la Haya de Derecho Internacional Privado, así como los representantes de la OMC y la UNCTAD respaldaron la herramienta *Lega Carta* del CCI como un apoyo innovador para el análisis de los principales tratados comerciales nacionales.

**El programa SMF amplió su cobertura, logrando resultados concretos.**

48. Se unieron doce nuevos miembros a la red de instituciones que adquirieron y ya utilizan el Sistema Modular de Formación (SMF) en la gestión de compras y de la cadena de suministros internacionales (IPSCM), ampliando de manera importante la cobertura mundial del programa y elevando el total a 65 instituciones. De acuerdo con esta actividad autosostenida y basada en el pago de una cuota, se formó a más de 225 educadores en instituciones socias del SMF a través de una docena de talleres especializados en todo el mundo, especialmente en Asia y América Latina. Sólo en Asia, más de 1.800 personas de la empresa incrementaron sus competencias en gestión de la cadena de suministros a través de 99 actos de formación basados en el pago de una cuota, organizados por instituciones socias de SMF que habían recibido asistencia en virtud de un proyecto regional financiado por la **seco** del CCI.

**Promoción de la innovación de la oferta en el sector tecnológico de Malasia**

"El programa SMF-IPSCM es una actividad práctica e interesante, de fácil uso, que abarca todos los aspectos de la gestión de la cadena de suministros. Me ha permitido aprovechar nuevas oportunidades y reducir los costes totales de suministro y compras de mi empresa. Asimismo, me ha abierto horizontes para crear métodos innovadores de actividades de compra y de gestión de la cadena de suministros y sobresalir en un entorno de globalización. El SMF-IPSCM no sólo ofrece valor a cambio de dinero sino que también supone una forma divertida de arte de la formación." — *Dzuraidah Ramlee, alumno del programa de formación SMF-IPSCM ofrecido por MAPICS Consulting, Malasia (agosto de 2004)*

49. Se organizó una conferencia regional sobre la gestión de la cadena de suministros para la competitividad empresarial en Shanghai, que creó capacidades para proseguir con el fomento de la competitividad de las exportaciones de Asia.

#### ***Institutos de educación superior asociados con el CCI, ...***

50. Continuó la colaboración del CCI con institutos de educación superior, con importantes resultados. La Universidad UNITEC de Honduras introdujo el programa de formación de gestión empresarial del CCI en el programa de estudios de formación superior. En El Salvador, la Universidad Centroamericana José Simeón Cañas hizo del Sistema de Gestión Empresarial (BMS) del CCI una parte de su programa superior técnico para convertir a los directores de PYME en "empleadores, no empleados". El centro de E-Trade Bridge en Filipinas, la ATIFTAP (Asociación de Instituciones de Formación para el Comercio Exterior de Asia y el Pacífico), firmó un memorando de acuerdo con la Universidad De La Salle para ofrecer programas de E-Trade Bridge como una parte de su Programa de Formación de Ejecutivos.

#### ***... se adaptaron materiales de formación para satisfacer las necesidades de las comunidades pobres ...***

51. En respuesta a peticiones, se formó a 145 educadores de IAC y a 60 gestores de microempresas del Brasil, Camboya, la India y Kenya para tratar los aspectos relacionados con la producción y la gestión en las comunidades pobres, usando materiales de formación especialmente adaptados.

#### ***... y las herramientas sobre calidad y normas del CCI siguieron teniendo una gran demanda.***

52. Un nuevo método, descrito en la publicación *Guía sobre calidad*, ofreció información sobre la estrategia futura y la función de organismos normativos tales como Saint Lucia Bureau of Standards. *Influir en las Normas Internacionales y Cumplirlas: Desafíos para los Países en Desarrollo*, una publicación basada en estudios sobre el terreno efectuados en seis países y que refleja estudios de casos sobre los OTC y las MSF, fue publicada en colaboración con la Secretaría de la Commonwealth. Trata sobre la insuficiente participación de los países en desarrollo en la evolución de las normas internacionales y los efectos resultantes en materia de cumplimiento y

competitividad. Instituciones de Kazajstán y Tayikistán utilizaron un paquete informativo nacional del CCI sobre la *Mejora y el mantenimiento del acceso al mercado a través de una valoración de las normas y de la conformidad*, a fin de preparar mejor a las empresas para que se enfrenten a las dificultades del mercado en continuo cambio. Los seminarios organizados en la Federación de Rusia contribuyeron a la concienciación entre la comunidad empresarial sobre la importancia de las normas y de la evaluación de la conformidad en el comercio internacional. Se prestó asistencia a las IAC y a las empresas de exportación de Bolivia para lograr certificados ISO y HACCP y mejorar las prácticas de gestión de la calidad.

#### ***Las herramientas de embalaje para la exportación del CCI obtuvieron un gran reconocimiento ...***

53. El año 2004 fue testigo de una considerable expansión de la base de datos PACKit sobre Embalaje para la exportación. Las herramientas y servicios de embalaje para la exportación del CCI se presentaron en tres importantes acontecimientos: el Congreso anual de la Organización Mundial del Embalaje (WPO) de Basilea, el Congreso Anual de la Federación de Embalaje de Tokio y la Conferencia regional sobre el envasado de alimentos de Túnez. Como resultado, se acordó la primera prueba experimental jamás realizada de un programa de educación conjunto con la WPO en África y se recibió un gran número de peticiones de mayor participación en las actividades de apoyo al embalaje del CCI en Asia.

#### ***... y se amplió el apoyo a las instituciones de embalaje en el ámbito nacional.***

54. Se iniciaron programas sobre el terreno relativos al apoyo del embalaje para la exportación en Bolivia, Burkina Faso, la Federación de Rusia, Filipinas, Ghana, la India, Jordania, la República Unida de Tanzania y Sri Lanka. En Bolivia, por ejemplo, se prestó asistencia para la creación de un instituto nacional de embalaje a fin de satisfacer las necesidades de los exportadores. Se formó a los exportadores de la Federación de Rusia sobre los requisitos específicos de los embalajes para la exportación. Se organizaron acontecimientos de capacitación en África que tuvieron como resultado un entendimiento por parte de los proveedores de embalajes y los exportadores sobre cómo posicionar sus productos en relación con los de sus competidores, usando la diferenciación del embalaje.

## Ghana: Embalaje en acción

Creado en noviembre de 2003, el Instituto del Embalaje de Ghana demostró en 2004 ser un respetado socio en sus debates estratégicos con las autoridades del país en cuestiones relativas a los residuos y las exportaciones de alimentos. A través de su colaboración con PACKit del CCI, el instituto ha creado su propia variedad de programas de formación en el campo del embalaje y se solicitaron sus conocimientos en toda la región, por ejemplo, para un seminario de formación sobre embalaje relativo a las semillas oleaginosas que se celebró en Burkina Faso. El instituto está preparando Afrik'Embal, una feria comercial regional sobre embalaje y una conferencia que se celebrará en Accra en 2005.

### ***Se añadieron nuevas publicaciones sectoriales específicas a la serie La Clave del Comercio.***

55. La demanda de los socios sobre adaptaciones y actualizaciones de las guías y publicaciones de La Clave del Comercio siguió siendo elevada. *La Clave de la Propiedad Intelectual*, una publicación conjunta del CCI y la OMPI, se distribuyó de forma general y se utilizó durante la reunión LatinPharma entre compradores y vendedores, celebrada en Río de Janeiro en junio de 2004. En 2004, se completó la creación de una guía para el sector farmacéutico.

### ***Se siguió prestando asistencia al comercio electrónico ...***

56. El CCI promovió el uso de las TIC por parte de las PYME a través del desarrollo de plataformas electrónicas sobre mercados, finanzas y servicios jurídicos y siguió colaborando estrechamente con el proceso de la Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información (CMSI). Se expandió la red de socios de fomento del comercio electrónico, incluidos los representantes de la comunidad empresarial y las OPC. Se creó un nuevo sitio web ([www.intracen.org/e-trade](http://www.intracen.org/e-trade)) para facilitar el intercambio de información y la puesta en común de conocimientos. Se formó a más de 200 gestores durante las Reuniones de lanzamiento de E-Trade Bridge para las IAC con el fin de ayudar a las PYME a incorporar las TIC en sus negocios.

### ***... y se contribuyó al impulso del comercio electrónico regional.***

57. El Foro de comercio electrónico de América Latina de 2004, organizado en colaboración con sus organizaciones homólogas del Brasil, sirvió para ampliar el diálogo entre directores de exportación y creadores de estrategias con responsabilidades en la promoción del comercio electrónico internacional. Como consecuencia del mismo, las PYME comprendieron los aspectos críticos de aplicación de las TIC y su impacto sobre las actividades diarias. Asimismo, sirvió para

acortar la distancia entre los que toman las decisiones y las industrias en la formulación de estrategias nacionales de comercio electrónico.

### ***Se resolvieron dificultades financieras comerciales clave.***

58. Se puso fin a la publicación técnica, *Finance for Trade* (Finanzas para el comercio), y se resumieron ejemplos, mejores prácticas y casos de éxito de nuevos productos financieros para las PYME. Se utilizaron los Indicadores de Finanzas Comerciales del CCI en nueve países de la CEI y Mongolia. En Malasia, el CCI colaboró con la Asociación de las Instituciones de Financiación del Desarrollo de Asia y el Pacífico (ADFIAP) y la Asociación de Instituciones Financieras de Desarrollo Nacional en Países Miembros del Banco de Desarrollo Islámico (ADFIMI) para crear una iniciativa de banca dirigida a las PYME. Las IAC de Kazajstán, Kenya, Mauritania y Túnez recibieron formación en previsión y planificación empresarial para obtener préstamos de los bancos. El Consejo de Promoción de las Exportaciones de Kenya y el CCI desarrollaron conjuntamente un módulo sobre finanzas que fue probado por exportadores de productos agrícolas en preparación para las negociaciones de mercado de Dubai como parte de una reunión de compradores y vendedores.

### ***Siguió ampliándose el apoyo a las IAC en el fomento de la exportación de servicios, ...***

59. Como parte del programa de asistencia técnica en seis etapas del CCI, un componente de formación para los educadores ayuda a crear capacidades en las IAC que tratan temas relacionados con los servicios, tales como la defensa de los intereses de los miembros y la obtención de credibilidad y de un perfil internacional. En 2004, más de 150 IAC participaron en las sesiones de formación para educadores de África y Asia. Así, una serie de éstas ofrecen actualmente la formación a sus miembros. En Filipinas, se está formando una coalición de asociaciones de servicios para que haga las veces de organización protectora del sector. Mientras tanto, se están recopilando los resultados del trabajo anterior del CCI. Por ejemplo, Túnez exhibió su sector servicios al ser el anfitrión de la primera edición de la feria comercial y conferencia: Exposición Internacional de Servicios Exportables (SISE). Uganda está llevando a cabo operaciones de *back office* y ha creado una asociación para el sector.

### ***Se crearon capacidades de las IAC para usar herramientas de análisis de mercado ...***

60. El CCI siguió expandiendo su red y ayudando a las IAC a proporcionar información

comercial actualizada e información de mercado a sus clientes. Actualmente están suscritos a TradeMap más de 60 países en desarrollo y unos 40 países utilizan Product Map. Se ampliaron las capacidades locales sobre análisis comercial, estudios de mercado e interpretación de datos a través de 70 actos de formación en los que participaron 1.500 empleados de IAC.

#### TradeMap ayuda al Senegal a encontrar nuevos mercados

En 2002, el Senegal se enfrentó a un dilema. La producción de maíz se incrementó a 1 millón de toneladas, pero el consumo nacional se mantuvo estable. El Senegal necesitaba encontrar mercados internacionales. Usando TradeMap, una herramienta web de análisis de flujos comerciales creada por la Sección de Análisis de Mercado del CCI, el Ministerio de Comercio de Senegal identificó a Egipto como un importante mercado de importación de maíz en África. Tras una reunión entre el Ministro de Comercio del Senegal y destacados Ministros egipcios, este país envió a una delegación de compradores al Senegal para hablar de la producción y firmar contratos. En un principio, se realizaron ventas sólo en relación con la capacidad excedente, pero desde entonces el negocio ha seguido aumentando en respuesta a la demanda de Egipto.

Tras este éxito en la identificación de nuevos mercados, el Ministerio de Comercio del Senegal y el propio Presidente Wade se complacen en ver cómo se incrementa el uso de TradeMap en un entorno más amplio de pequeñas y grandes empresas.

61. El número total de enlaces de referencia a TradeMap ha alcanzado una cifra superior a los 6.000, en comparación con la cifra de hace dos años.

#### **... y se prestó asistencia para fortalecer la gestión de información comercial.**

62. El CCI aplicó un método doble para reforzar los servicios de información de las IAC a través de apoyo directo a IAC seleccionadas y de herramientas y recursos de información a disposición de todos los socios del CCI. El Centro de Referencia para la Información Comercial siguió manteniendo y actualizando su recopilación de datos, ofreciendo acceso, a través de su sitio web, a 18.000–20.000 recursos impresos y electrónicos, y gestionando 2.000 solicitudes presentadas principalmente por los directores de información de las IAC. Se añadieron dos nuevas guías al kit de herramientas de información comercial del CCI y se pusieron a disposición de las IAC. Gracias a un programa intensivo de dos semanas organizado en Ginebra para directores de información de África y Asia, y a un taller internacional celebrado en Róterdam en colaboración con el Centro de Fomento de las Importaciones de los Países en Desarrollo (CBI, Países Bajos), se mejoró el acceso a información comercial y se incrementaron las capacidades de gestión de la información. En el ámbito nacional,

se reforzaron los servicios de información de 10 IAC de África y Asia a través de la prestación de servicios de asesoramiento y la creación de recursos de información específicos. Entre los resultados clave de tal acto se encuentran el lanzamiento de una red de información para apoyar el comercio intra e interregional dentro de y entre África Central y Occidental y la ampliación de los centros de referencia del SCM para las comunidades empresariales dentro del JITAP.

#### META 4: MEJORAMIENTO DE LOS RESULTADOS SECTORIALES

##### ***Se crearon nuevas oportunidades de negocio entre los países en desarrollo.***

63. El programa de Promoción del Comercio Sur-Sur del CCI siguió ofreciendo una plataforma para la creación de nuevas oportunidades de negocio entre las empresas del Sur. Los sectores cubiertos fueron tales como el del cuero y los productos farmacéuticos, el de la publicación y la impresión, y los artículos de ayuda y asistencia. En 2004, el CCI colaboró con las OPC para acoger siete reuniones de compradores y vendedores que ayudaron a 500 empresas del Sur a asegurar pedidos confirmados por valor de más de US\$ 22 millones<sup>8</sup>.

#### Apertura de nuevas oportunidades para el comercio de productos farmacéuticos entre los países en desarrollo

Desde el año 2000, el fortalecimiento del comercio internacional de la *industria farmacéutica* ha sido un compromiso principal del CCI, una labor que contribuye a reducir el precio de los fármacos, crear puestos de trabajo y promover la inversión transfronteriza y la transferencia de tecnología en el Sur. Las tres reuniones de compradores y vendedores celebradas en 2004 (LatinPharma en Río de Janeiro, con ocasión de la UNCTAD XI, AsiaHealthCare en Singapur y la Reunión de Compradores y Vendedores de la OCE sobre Productos Farmacéuticos de Estambul) tuvo como resultado transacciones equivalentes a casi US\$ 6,7 millones entre 169 empresas de 34 países del Sur. Se espera que gracias a reuniones como éstas, se acelere el progreso en la armonización de los procedimientos de registro de productos, reduciendo el tiempo de introducción en el mercado; se disponga de mejor información sobre los derechos de propiedad intelectual; se fomente la identificación de oportunidades y de información de mercado; y tengan lugar más reuniones de compradores y vendedores, que traten de manera específica las oportunidades de creación de empresas mixtas y alianzas estratégicas. Ya se está preparando el programa de AsiaHealthCare 2005 y LatinPharma 2005.

<sup>8</sup> Estas cifras no incluyen los negocios realizados con ocasión de la Feria de comercio del cuero Meet in Africa.

64. La iniciativa “Comprar en África para África”, que tiene por objeto incrementar la participación de las empresas africanas en el suministro de productos y servicios a organismos internacionales de asistencia y ayuda, contribuyó a la conclusión de negocios por valor US\$ 13,4 millones por parte de las empresas participantes. La quinta reunión de compradores y vendedores sobre la contratación de ayuda, celebrada en Sudáfrica, relativa a los alimentos, el agua y la esterilización, el alojamiento y la vivienda mejoró el entendimiento de la dinámica del mercado de contratación de ayuda y contribuyó a la preparación de 59 empresas africanas de 7 países para aprovechar oportunidades empresariales no descubiertas hasta ese momento. Actualmente se están preparando otros ejercicios similares.

***Se creó una guía para ayudar al CCI a centrar la asistencia sectorial, ...***

65. El punto de partida de la asistencia sobre productos específicos del CCI es un análisis interno de los aspectos de comercio y exportación que se espera surjan durante los próximos tres a cinco años. El documento de posicionamiento resultante ofrece la base para la evaluación de las áreas más importantes en los que el CCI puede prestar asistencia sectorial. Durante 2004, se completaron análisis relativos a dos sectores: industrias creativas, y textiles y el vestido. Se iniciaron análisis similares relativos a los sectores del cuero, el café, los productos orgánicos y las frutas y hortalizas frescas.

***... se siguieron perfeccionando las metodologías de diseño de estrategias sectoriales ...***

66. Para satisfacer la demanda creciente de apoyo estratégico sectorial, durante el año, el CCI invirtió sus esfuerzos en mejorar las metodologías existentes de creación de estrategias sectoriales (NEST, SHAPE) y en la elaboración de materiales de apoyo adicionales, formación y guías de asesoramiento para profesionales. Se desarrolló una versión de la metodología de creación de estrategias SHAPE para el sector de los T&V.

***... y se expandió la asistencia nacional.***

67. Se realizaron actividades experimentales sobre metodologías para la formulación de estrategias sectoriales del CCI en Benin (mandioca), Burkina Faso (carne, curtidos y pieles), Kenya (café) y Sri Lanka y la República Unida de Tanzania (cuero) y se iniciaron trabajos en Kazajstán, Kirguistán, Tayikistán y Uzbekistán (alimentos transformados). Se volvió a poner en práctica SHAPE en América Latina, ya que el CCI unió fuerzas con el Programa de

facilitación BioTrade (programa relacionado con el comercio de recursos biológicos) de la UNCTAD para formar a seis IAC en la creación de estrategias de grupo y sectoriales. La preparación de estrategias sectoriales en Benin, Burkina Faso, Kenya y la República Unida de Tanzania ofreció una orientación para el emprendimiento de acciones concretas por parte del Gobierno, asociaciones empresariales y empresas con el fin de mejorar el entorno empresarial, ejercer presión para la puesta en marcha de reformas políticas esenciales y mejorar la calidad del embalaje y los productos, los precios y la entrega. Actualmente, se están implantando las estrategias creadas en Kenya y Sri Lanka.

***Se crearon nuevas herramientas y publicaciones sobre sectores específicos, ...***

68. Se prepararon herramientas y publicaciones sobre sectores de productos específicos. Se elaboró un método para identificar sectores prioritarios para la promoción de las exportaciones y se aplicó en cinco países. Asimismo, se creó otro método para que el CBI ayudase a establecer prioridades entre sus programas sectoriales en los países en los que presta asistencia. Se produjeron dos guías, *El mercado canadiense para alimentos y bebidas orgánicos* y el *Manual de comercialización y directorio web de especias, plantas y aceites esenciales orgánicos*, que ofrecieron información sobre el importante nicho de mercado de los productos orgánicos. El sector del café se benefició de una versión actualizada dentro del sitio web de la muy popular guía *Café: Guía del exportador*. Asimismo, se publicó la guía *Cacao: Guía de prácticas comerciales* en ruso, respondiendo a las necesidades de la industria chocolatera de la Federación de Rusia.

***... incluido el establecimiento de plataformas interactivas globales en Internet.***

69. Un análisis interno indicó que la forma en la que el CCI ponía su amplia base específica sectorial a disposición de los usuarios a través de Internet era demasiado compleja y estaba demasiado dispersa por toda la organización. Por lo tanto, se creó e implantó un nuevo enfoque del sitio web sobre textiles y el vestido y sobre industrias creativas, centralizando toda la información sectorial disponible a todos los niveles del CCI. Se crearán sitios web similares en relación con otros sectores. Leatherline, creado a finales de 2003, se ha convertido en el mayor sitio web de servicios del CCI (casi 31.000 visitantes y 570.000 visitas al mes). Se iniciaron los trabajos sobre un apartado de “Preguntas y respuestas” dentro del sitio web sobre el Café, en el que los exportadores pueden dejar sus preguntas y recibir respuestas en el plazo de unos días.

**Convergió la asistencia en torno al sector de los T&V, ...**

70. Para el sector de los T&V, el CCI creó un método en cinco etapas para ayudar a satisfacer las cinco necesidades más importantes de los PMA tras la eliminación del sistema de cuotas de volumen sobre prendas de vestir al inicio de 2005.

¿Cómo presta el CCI asistencia en el sector de los textiles y el vestido?	
Necesidades específicas del vestido de los países en desarrollo	Respuesta de asistencia técnica del CCI
Falta de una estrategia sectorial clara.	SHAPE, un proceso de reflexión estructurado en 10 pasos para crear una estrategia nacional sobre el vestido.
Conocimiento insuficiente de los competidores.	The FiT, una herramienta de evaluación comparativa de la competencia en formato software.
Ausencia de conocimientos sobre abastecimiento de tejidos.	Manual sobre abastecimiento de tejidos.
Conocimiento insuficiente de los cambiantes mercados mundiales.	Sitio web sobre T&V del CCI; talleres.
Cómo responder a los nuevos requisitos en materia de comunicaciones electrónicas de los compradores.	Una guía empresarial sobre aplicaciones electrónicas utilizadas en T&V y divulgación a través de talleres.

71. Se introdujo una herramienta estratégica individualizada para el sector del vestido, basada en el método SHAPE en El Salvador y Honduras. La herramienta de evaluación comparativa de la competencia, The FiT, permitió a las PYME obtener indicadores claros de sus resultados en campos claves para la competitividad, identificando oportunidades y puntos débiles. En el Sur de Asia, se ha introducido The FiT con éxito. Se elaboró un nuevo libro de texto sobre la obtención de materiales para el sector de las prendas de vestir, dado que se espera que ese sector experimente cambios importantes. Hasta el momento, se ha formado a doscientos empresarios y asociaciones nacionales de T&V de Camboya, la República Democrática Popular Lao y Viet Nam. Se inició un estudio sobre una perspectiva general

de los requisitos del desarrollo tecnológico y de las comunicaciones electrónicas. Asimismo, el CCI presentó opciones estratégicas relativas al sector de T&V en talleres regionales organizados dentro de World Trade Net, la serie “El Sector Empresarial y el Desarrollo” y la OMC (en Benin, China, Lesotho y Omán). Se comenzó a trabajar en el sector del algodón y se preparó un documento de posicionamiento sobre posibles áreas para la asistencia técnica.

**... el sector de las industrias creativas ...**

72. Durante la UNCTAD XI, el CCI realizó una presentación sobre “Un Nuevo Canal de Distribución para las Artes Gráficas” en el Debate de alto nivel sobre industrias creativas y desarrollo relativo a “Un nuevo canal de distribución de las artes gráficas”. Se están identificando en la actualidad las condiciones más importantes para que un método de distribución de este tipo no tradicional tenga éxito. En el sector de la seda, el CCI prestó asistencia en Camboya a través de la Cooperación de Artesanía de Camboya. La comunidad de tejedores de seda de la aldea de Tanorn recibió formación sobre la adaptación de los productos (uso de colorantes no azoicos, diseño y creatividad) y la gestión de costes y precios. Se llevaron a cabo estudios de mercado en cuatro países. Se han iniciado los preparativos para ampliar esta experiencia piloto a otras comunidades dedicadas a tejer seda. Se lanzó otro proyecto junto con el Foro de la Seda de Camboya, una asociación del sector privado que representa a más de 400 productores de seda.

**... el sector del cuero ...**

73. El CCI organizó, en Addis Abeba, la cuarta edición de Meet in Africa, la mayor exposición y reunión del sector del cuero del continente africano y única en su especie. Asistieron 270 expositores de 20 países y fue visitada por 2.200 profesionales de todos los continentes. Dicha feria comercial influyó en la conclusión durante la misma de negocios por valor de US\$ 24 millones, de los cuales alrededor de un 25 % se dio entre los propios países en desarrollo. La Federación Africana de Industrias del Cuero e Industrias Conexas (AFLAI), que se creó con la ayuda del CCI en 2000, celebró su Asamblea General durante la reunión. AFLAI cambió la composición de su equipo directivo y se ocupará de organizar futuros actos de Meet in Africa a partir de 2006 en el Cairo. Meet in Africa representa un claro ejemplo de un proyecto de creación de capacidades a largo plazo.

### **"Meet in Africa: bonanza empresarial para los curtidores locales"**

"Los curtidores locales obtuvieron más de 40 millones de birr (US\$ 4,62 millones) en ventas gracias a su exposición en la feria ... dichas empresas han vendido ya un número estimado superior a los 50 contenedores. ..."

"Hafde Plc ... celebró un acuerdo con un comprador americano relativo a dos contenedores de encurtido y curtido al cromo húmedo ... Hafde, con unas exportaciones medias en pieles que rondan los 8 millones de birr al año, ha conseguido un acuerdo para suministrar un total de siete contenedores, por valor de 5 millones de birr, según Hussein Feyissa, director técnico y de comercialización." — *Extractos de FORTUNE (periódico económico etíope), 10 de octubre de 2004*

### **"Meet in Africa da en la diana en Etiopía"**

"Un verdadero éxito...El último acto [Meet in Africa] ...ha dado realmente en la diana, al atraer a un gran número de fabricantes y distribuidores interesados en fomentar la producción de cuero y el comercio en el continente africano." — *ARS Sutoria (revista internacional), número 318*

### **... y el sector servicios.**

74. El CCI amplió su enfoque principal centrado en la promoción del comercio de servicios para responder a necesidades específicas de los clientes tales como la creación de coaliciones de servicios. Se inició una nueva colaboración con la Asociación Mundial de Empresas Pequeñas y Medianas (WASME) y otra con la OCDE y su Pacto de Estabilidad para Europa Sudoriental. ServiceExportNet, creado en 2003, siguió ampliando su afiliación, con 16 países participantes en 2004. La concienciación sigue siendo el factor impulsor clave para fomentar un mayor comercio de los servicios.

### **Los servicios de Ghana reciben un nuevo impulso**

En Ghana, hasta el año 2001 se conocía muy poco sobre el potencial de exportación del sector de servicios y las iniciativas comerciales se dirigían principalmente a los sectores de productos. Sin embargo, la combinación de la participación del país en una sesión sobre servicios del Foro Ejecutivo y el lanzamiento por parte del CCI de un programa de asistencia técnica relacionada con el comercio en cinco países subsaharianos (incluido Ghana) ha dado resultado. El miembro de ServiceExportNet de Ghana informó de que, en 2004, las asociaciones del sector de servicios prestaron formación continua sobre exportaciones, un mayor número de empresas exportaron servicios y de que se ha nombrado a un comité directivo del sector. Asimismo, se estaba trabajando para establecer una coalición general de servicios para marzo de 2005. Actualmente, también se incluyen los servicios en la Estrategia de fomento de las exportaciones a medio plazo de Ghana. De acuerdo con un participante clave, el Consejo de Promoción de las Exportaciones de Ghana, la concienciación fue el catalizador clave para el crecimiento de las exportaciones.

### **Se inició un nuevo modelo de estrategia para el sector turístico ...**

75. El CCI confirmó su intención de convertirse en un proveedor importante de apoyo técnico en el diseño e implantación de estrategias relacionadas con el turismo, incluido el fortalecimiento de grupos para un más grande valor añadido en dicho sector. La base de esta nueva respuesta fue el modelo de estrategia del sector turístico, que estuvo apoyado por la Organización Mundial de Turismo y se presentó en el Mercado de Viajes Mundial de Londres. Se iniciaron pruebas sobre el terreno en el Ecuador y Santa Lucía.

### **... y se reforzaron las capacidades internas de apoyo estratégico.**

76. Durante el año, el CCI emprendió también medidas para reforzar sus capacidades internas a fin de prestar apoyo estratégico al sector de servicios empresariales y profesionales. En colaboración con las organizaciones del sector privado y público de Mauricio, se lanzó una iniciativa para preparar una estrategia integral para el sector servicios del país. El proceso utilizado y los contenidos de la estrategia sentarán finalmente la base para crear un modelo genérico tipo "hágalo usted mismo" para uso de otros países.

### **Se consiguieron resultados concretos en el fomento del sector de la horticultura y de las especias ...**

77. Se ofreció asistencia sectorial específica a través de proyectos en el ámbito del café, las especias, el *aloe ferox*, la horticultura, los textiles y el vestido, el cuero y la elaboración artesanal de la seda. Dentro del Programa para la Creación de Capacidad Comercial en África (PACT) de Ghana, la asistencia al sector de la horticultura tuvo como resultado un impresionante incremento de las exportaciones de productos de horticultura a Europa de unos 10 millones de euros aproximadamente en 2004, garantizando así puestos de trabajo e ingresos para más de 600 productores a pequeña escala y asociaciones de productores que emplean a alrededor de 30.000 trabajadores. Un proyecto experimental llevado a cabo en la Provincia china de Shaanxi para fomentar un sector de la manzana orientado a la exportación está dando sus frutos. La rentabilidad aumentó en las aldeas participantes un 30 % y el índice de calidad prácticamente se ha duplicado con respecto al año anterior. Se prestó asistencia a 10.000 productores en el cultivo de jengibre en Sierra Leona para volver a entrar en el mercado mundial como un proveedor fiable de jengibre de calidad. Los principales importadores de especias ya han expresado interés por apoyar este proyecto mediante el suministro de equipo. Los primeros envíos de exportación de jengibre están previstos

para el mes de febrero de 2005. Dentro del PRPE en Sudáfrica, se inició un proyecto para integrar la capacidad productiva de unos 40 manipuladores de aloe en una cadena existente de exportación de suministros de cosméticos, alimentos saludables y suplementos alimentarios basados en el *aloe ferox*.

**... y se iniciaron proyectos para resolver las dificultades existentes en el ámbito de la oferta.**

78. Otros proyectos destinados a fortalecer las respuestas en el ámbito de la oferta de los países en desarrollo, especialmente de los PMA, que se iniciaron o se encuentran en curso incluyeron el vino, los productos orgánicos, las nueces del Brasil, los textiles y el vestido, el cuero, las judías, la quinoa y las joyas (Bolivia), los mangos (Haití) y los champiñones (Lesotho). Otros proyectos que deberían comenzar a principios de 2005 incluyen el cuero (Bangladesh), la horticultura (Bangladesh y la República Unida de Tanzania), los aceites esenciales (Burundi) y los productos de la industria cultural y artesanal (Lesotho, República Democrática Popular Lao, República Unida de Tanzania y Viet Nam).

## **META 5: FOMENTO DE LA COMPETITIVIDAD EMPRESARIAL**

***Se implementaron iniciativas para fomentar la inclusión social de las PYME ...***

79. En Camerún, a petición del Ministerio de Asuntos de la Mujer, mujeres empresarias de más de 80 diferentes micro-empresas adquirieron conocimientos sobre cómo gestionar mejor sus empresas y beneficiarse de las nuevas tecnologías de la información usando los materiales de E-Trade Bridge. A raíz de esto, se estableció una nueva asociación, el Centro de Negocios Internacionales, para ofrecer servicios de formación y asesoramiento a otros directores de PYME de los países africanos francófonos. De acuerdo con el PACT, se inició un programa regional para mejorar las aptitudes de gestión de las exportaciones de las mujeres empresarias de África, usando un nuevo grupo de materiales de formación adaptados a las necesidades específicas de la mujer.

80. Actualmente se están implantando proyectos relacionados con el PRPE en Bolivia, el Brasil, Camboya, El Salvador, Etiopía, Kenya, Mongolia, Sudáfrica y Viet Nam y se está reduciendo el impacto de la pobreza sobre varios miles de familias a través de la acción empresarial. A principios de 2005, se iniciarán proyectos experimentales adicionales en Djibouti, Guinea y el Senegal dentro del Marco Integrado (MI).

### **En favor de los pobres, en favor del comercio**

De acuerdo con los Objetivos de desarrollo del Milenio de las Naciones Unidas, la reducción de la pobreza constituye un aspecto transversal dentro de todas las actividades de cooperación técnica del CCI. El Programa de Reducción de la Pobreza a través de las Exportaciones (PRPE) trata la creciente necesidad de respaldar el potencial económico de los pobres a través de las exportaciones. Por ese motivo, este programa del CCI constituye un modo eficaz de canalizar los recursos financieros internacionales necesarios para la asistencia técnica comercial destinada a reducir la pobreza.

La metodología del PRPE consiste en buscar correspondencias entre los posibles productos y servicios producidos por las comunidades pobres a través de las asociaciones operativas con compradores y exportadores locales. Tras un análisis de la cadena de valor, el PRPE puede ofrecer consultoría y formación destinada específicamente a las necesidades de grupos de productores en situación de desventaja. Siguiendo un enfoque global para la reducción de la pobreza, el programa también crea la capacidad de las instituciones locales para apoyar a dichos grupos de productores de manera sostenible.

***... y se mejoró el conocimiento de sectores clave de exportación por parte de las PYME.***

81. En 2004, más de 1.300 PYME participaron en 18 talleres de formación dirigidos a empresas del sector servicios. Animados por el crecimiento del turismo y los servicios asociados, muchos de los socios del CCI desearían saber más sobre las posibilidades de exportación de otros servicios, incluidos los servicios de construcción, empresariales, financieros y relacionados con las TIC. Los estudios indican que más de un tercio de las empresas que participaron no se percataron de que ya estaban “exportando” a compradores extranjeros en sus mercados nacionales. Los participantes informaron de que el mayor impacto de la formación fue la mejora de las capacidades de comercialización, un elemento clave necesario para vender activos intangibles.

82. En Sudáfrica, en virtud del programa nacional PACT, el CCI ofreció formación práctica sobre la gestión de la cadena de suministros a un grupo de PYME del sector de los cosméticos. Esta formación, en la que participaron proveedores de servicios locales y expertos nacionales, trató temas clave como la planificación de recursos, los análisis de flujos de materiales, la gestión de los proveedores, la gestión de las existencias y la logística. Al final de la formación, se auditó cada instalación de producción empresarial. Se establecieron planes individuales de acción y se implementaron inmediatamente como preparación para una misión comercial al Canadá en 2005. En Burkina Faso, y como seguimiento de la estrategia



de exportación que se había creado para el sector de las oleaginosas, el CCI proporcionó a las PYME y a pequeños productores formación sobre la gestión de la calidad y el embalaje de las exportaciones como aspecto clave para mejorar sus exportaciones de semillas oleaginosas.

***El sector agrícola de la República de Moldova recibió un impulso ...***

83. Un proyecto experimental del CCI ayudó al sector vinícola de la República de Moldova a reorganizar su cadena de suministros. Esto implicó el análisis de los procesos de la cadena de suministros y compras de la empresa (es decir, los materiales, flujos de documentación e información), introduciendo indicadores clave de rendimiento cuando fue necesario e implantando procedimientos operativos estándar. El proyecto piloto permitió a la asociación moldava de suministros y compras reproducir este ejercicio en nombre de otras PYME moldavas que solicitaron apoyo.

***... y se mejoró la competitividad empresarial.***

84. Se iniciaron en Albania, América Central, Filipinas, Jordania, la ex República Yugoslava de Macedonia, la República Unida de Tanzania y Turquía programas de fomento de la gestión empresarial que integran la competencia de gestión, exportación y comercio electrónico para mejorar la competitividad de las empresas. Asesores comerciales acreditados por el CCI llevaron a cabo auditorías empresariales sobre estas esferas de competencia. Los resultados de las auditorías se utilizaron para diseñar intervenciones de formación y asesoramiento.

85. El CCI creó una metodología de formación práctica en gestión de la cadena de suministros basada en el método de mejora del proceso "6 Sigma". Se probaron la metodología y los

materiales junto con una institución socia del CCI en Eslovaquia para un pequeño grupo de PYME procedentes de la República Checa y Eslovaquia. La mitad de los que participaron comenzaron inmediatamente proyectos de mejora en sus empresas centrados en la entrega puntual y en la calidad, el rendimiento de los proveedores y la reducción del coste de los insumos y los servicios de transporte. Diversas IAC que utilizan el Sistema Modular de Formación del CCI informaron positivamente sobre el impacto de esta formación en la gestión de la cadena de suministros y las operaciones empresariales.

86. Se ofreció formación a empresas de horticultura de Kenya sobre cómo preparar y presentar mejor sus ofertas a posibles compradores a fin de obtener los mejores resultados posibles de la participación en las reuniones de compradores y vendedores y de misiones comerciales en colaboración con el Programa de Promoción del Comercio Sur-Sur del CCI. En Bolivia, más de 50 empresas recibieron asistencia, gracias a la cual se registraron considerables mejoras en su competitividad internacional, en esferas tales como el embalaje para la exportación, los sistemas de calidad, la gestión de información comercial, la adaptación de productos y vínculos de mercado.

***Las PYME integraron soluciones de TIC en sus procesos empresariales ...***

87. El CCI inició el componente de Capacitación de las PYME dentro del Programa E-Trade Bridge. Noventa directores de PYME de El Salvador, Filipinas y la República Unida de Tanzania recibieron formación y asesoramiento para ayudarles a incorporar aplicaciones de TIC en sus procesos empresariales. Esto permitió a las empresas participantes preparar planes

<b>Gestión de los suministros de piezas para tractores en Indonesia</b>
<p>Irman Adirahardja, director de comercialización de piezas de una empresa fabricante de tractores en Indonesia, siguió el programa SMF-IPSCM. Gracias a dicha formación, la empresa se pasó a la selección de la calidad de los artículos basada en el Modelo de Posicionamiento de Suministros y se centró en mejorar sus relaciones con los proveedores. Como resultado, se ha mejorado el proceso de selección y colaboración con los proveedores. Los tiempos de producción de suministros se han reducido en un 75 % y se han conseguido importantes ahorros de costes. — <i>Elliot Simangunsong, Prasetiya Mulya Business School, agosto de 2004</i></p>

<b>Las PYME hablan sobre comercio electrónico: Estrategia, gestión y "medios electrónicos"</b>
<p>"Por lo general, me han impresionado bastante no sólo los procedimientos del taller, sino también la colaboración global CIBDS-CCI. Por lo tanto, deberían ampliarse los programas sobre planificación estratégica y formación de las PYME, ya que están realizando una valiosa aportación a nuestra capacitación económica en la República Unida de Tanzania." — <i>Charles Kaliwa Bupamba, Director General, Agencia de Comercio de Chakula, República Unida de Tanzania</i></p> <p>"El Sistema de Gestión Empresarial (BMS) constituye un gran avance para la iniciativa empresarial de Filipinas. Se demandará a los directores/propietarios de PYME que hagan negocios mediante un modelo universal con una metodología simplificada, al igual que los directores generales de las empresas multinacionales." — <i>Myrna M. Sunico, Director General/Propietario de Myriad Import-Export, Incorporated, Filipinas</i></p>

estratégicos sobre cómo tienen intención de utilizar las TIC. Se seleccionarán las empresas que lo consigan con éxito para prestarles apoyo adicional. El CCI y la Confederación de Cámaras de Comercio e Industria de Asia y el Pacífico (CACCI) acogieron conjuntamente un seminario orientativo sobre “Cómo pueden las PYME iniciarse en el comercio electrónico” en Bangladesh, Nepal y Sri Lanka. Como consecuencia, se estableció una mesa para PYME en la Cámara de Comercio de Ceilán.

**... y se identificaron “campeones” nacionales en comercio electrónico.**

88. Para fomentar el uso de las TIC a fin de mejorar la competitividad, el CCI siguió recopilando, creando y divulgando casos sobre mejores prácticas. Se creó una base informativa del CCI para recopilar y compartir información sobre iniciativas políticas nacionales, mejores prácticas de comercio electrónico y modelos empresariales de comercio electrónico para el fomento de las exportaciones. Se han recibido aportaciones de la Argentina, Bangladesh, el Brasil, el Ecuador, la India, Nepal y Sri Lanka. Dentro del programa E-Trade Bridge del CCI, se crearon y divulgaron casos de mejores prácticas en diversos foros internacionales, como las actividades sobre comercio electrónico de los procesos de la UNCTAD y la CMSI.

**Se ofrecieron nuevas publicaciones, formación y servicios de asesoramiento a través de los socios del CCI ...**

89. Se revisaron los materiales de formación del CCI basados en el BMS en respuesta a la demanda sobre el terreno y se desarrollaron versiones personalizadas de sus herramientas software de evaluación empresarial. Los socios del CCI en Bolivia siguieron prestando asistencia de gestión a PYME de determinados sectores. Actualmente, expertos cualificados del CCI, en asociación con la Universidad Privada de Bolivia, están creando catorce nuevos programas basados en el BMS.

90. Un portal web dentro del programa E-Trade Bridge prestó apoyo a redes nacionales, regionales e internacionales sobre la creación de competencias electrónicas. Se mejoró un segundo portal que une los centros regionales del CCI de El Salvador, Filipinas, la República Unida de Tanzania y Turquía para promover mejores prácticas de creación de capacidades para la competitividad empresarial. Los esfuerzos de formación del CCI dentro del programa E-Trade Bridge han comenzado a dar resultados sostenibles y concretos.

**Los miembros de la red E-Trade Bridge muestran beneficios económicos y operativos que indican una sostenibilidad**

- El centro de E-Trade Bridge COMPITE de El Salvador fue alquilado por Unilever para formar a sus directores regionales.
- El alumno de E-Trade Bridge, Gordian Kankiko de la República Unida de Tanzania obtuvo un contrato con Barclays Bank para formar a las PYME clientes del banco en dicho país.
- La ganadora de *Winning With the Web* (Ganando con la Web) de E-Trade Bridge, Lorena, comercializó dulces para actos sociales a la diáspora salvadoreña en Estados Unidos, imprimiendo las fotos que le enviaron por Internet en papel comestible con tinta comestible.
- El centro E-Trade Bridge COMPITE se convirtió en la secretaría ejecutiva de la red de universidades mesoamericanas y de la publicación regional *Microenfoque*, usando ambas oportunidades para programas de formación de mercado.
- El educador principal de E-Trade Bridge, Anji Resurrection, creó y ofreció un programa para miembros de la Asociación de Banqueros Rurales de Filipinas (RBAP) sobre la gestión-exportación y la preparación electrónica de las PYME.

**... y directamente a las PYME ...**

91. En Tailandia, en asociación con el Instituto Internacional de Comercio y Desarrollo, el CCI ofreció formación a representantes de organizaciones de apoyo a las PYME y directores de PYME sobre la ampliación de la capacidad de exportación de las PYME tailandesas. El CCI ha prestado su aportación a la “Cumbre Mundial de la India sobre PYME – Retos y oportunidades emergentes” celebrada en Nueva Delhi y a la Reunión de Empresas del Golfo en Omán sobre “Creación de Competitividad Internacional: Resolución de las necesidades de competencias y recursos de las empresas en la práctica”.

**... al tiempo que algunos programas de formación han llegado a ser autosostenibles.**

92. En Jordania, 30 asesores comerciales se financiaron su propia participación en la primera etapa de un Programa de Asesores Comerciales Certificados acogido por la Asociación de Exportadores Jordanos junto con la USAID y la Asociación Empresarial Jordano-Estadounidense. Los alumnos crearon planes estratégicos para 30 empresas y están desarrollando programas de formación para directores de PYME sobre gestión, exportación y aspectos relacionados con las TIC para empresas.

93. Veintinueve delegados de quince países vinieron a Ginebra, costeándose ellos mismos el viaje, con motivo de una iniciativa conjunta entre el CCI y WASME. El curso de una semana de duración les ayudó a actualizar sus capacidades y conocimientos profesionales para prestar asistencia técnica en materia de comercio a las PYME.

***La mejora de la competitividad de las PYME suele exigir un enfoque exhaustivo ...***

94. En las antiguas Repúblicas Soviéticas de Kazajstán, Kirguistán, Tayikistán y Uzbekistán,

donde el funcionamiento en una economía de mercado es un fenómeno reciente, el CCI está realizando progresos constantes en el apoyo de la competitividad de las empresas, al tiempo que respalda medidas para mejorar el entorno empresarial. Normalmente, un método integrado de ese tipo resulta indispensable para garantizar el impacto sostenible de la asistencia del CCI a largo plazo.

**Un método integrado para mejorar la competitividad de las PYME: Asia Central**

Gracias al compromiso a largo plazo de un importante donante, el CCI está implantando programas de fomento del comercio en cuatro países de Asia Central que persiguen cinco objetivos del CCI al mismo tiempo, para lograr un impacto máximo. Los problemas comerciales se dan en el ámbito empresarial, en el ámbito de la organización de servicios empresariales y en el entorno empresarial y tienen que resolverse en todos esos ámbitos para lograr una competitividad comercial sostenible. La asistencia está diseñada basándose en las necesidades de las empresas del sector de transformación de frutas y hortalizas, un sector con oportunidades de exportación y de importancia directa para las comunidades rurales pobres. Entre los logros conseguidos se incluyen los siguientes:

- Las empresas se han beneficiado de formación individualizada para superar las carencias de competitividad y las debilidades de comercialización de exportaciones, conforme a acuerdos de reparto de los costes.
- Se han fortalecido los servicios de apoyo comercial claves basados en necesidades empresariales específicas. Entre los ejemplos de esto, se encuentra la asistencia del CCI en la constitución de una OPC en Tayikistán; asesoramiento técnico para los laboratorios de pruebas de Kazajstán y Kirguistán; y "formación práctica", por ejemplo en HACCP, para empresas de consultoría locales. En Kazajstán y Uzbekistán, el CCI ha prestado asesoramiento técnico sobre la revisión de normativas técnicas para que cumplan las obligaciones que establece la OMC.
- Incremento del diálogo entre el sector público y privado para debatir los obstáculos al comercio del entorno empresarial y acordar estrategias de fomento del comercio y planes de acción. En Kirguistán, se puso fin a la primera versión de una estrategia comercial nacional.

## CUESTIONES DE GESTIÓN

### Problemas de gestión

#### ***La prestación de servicios en 2004...***

95. La prestación total de servicios alcanzó los US\$ 21,1 millones, lo que supone un incremento del 5 % respecto a 2003. El incremento de prestación de servicios procedente de las aportaciones de fondos fiduciarios únicamente ascendió al 10,7 %. La disminución del índice de crecimiento de la prestación de servicios en 2004 con respecto a los años inmediatamente anteriores se vio influenciada por una serie de variables, como demoras fuera del control del CCI. Los retrasos producidos en las negociaciones con un nuevo socio importante tuvieron como resultado el lanzamiento de proyectos en el cuarto trimestre del año; hubo retrasos en la firma y aprobación de documentos de proyectos por parte de los países beneficiarios y donantes; los retrasos en la

asignación de fondos administrados por el PNUD dentro del MI evitaron el lanzamiento de actividades en diversos PMA; y los cambios exigidos por donantes bilaterales provocaron retrasos en la aprobación del proyecto.

#### ***... y la perspectiva de cinco años.***

96. Durante el período 2000–2004, la prestación total de servicios se incrementó en un 82 % desde los US\$ 11,6 millones a los US\$ 21,1 millones, aumentando la parte que representan los fondos fiduciarios de los US\$ 10,2 millones a los US\$ 20,6 millones. Sin embargo, la financiación del PNUD se redujo de US\$ 1,4 millones a US\$ 0,5 millones durante el mismo período. Más allá de las cifras, resulta apropiado recordar que todos los clientes del CCI son por definición entidades pequeñas y requieren proyectos acordes a su capacidad de absorción. Además, el CCI presta básicamente servicios de asesoramiento y,

frente a otros programas de asistencia técnica en los que la infraestructura física, los productos consumibles o la asistencia financiera directa pueden absorber una gran cantidad de recursos que exija un número de procesos limitados, la labor del CCI consta de un número muy elevado de acciones a corto plazo con reducido coste unitario. Sin embargo, el incremento de la prestación de servicios del 82 % durante el período, fue posible debido a los esfuerzos constantes y específicos de todo el personal, la utilización rentable de los fondos y el incremento de la confianza en las TIC tanto interna como externamente, lo que derivó en una oferta de productos de asistencia técnica de bajo coste y gran impacto al mayor número de beneficiarios.

### ***Se establecieron nuevas alianzas estratégicas y se consolidaron las antiguas ...***

97. Las asociaciones existentes con beneficiarios y donantes se vieron reforzadas y se establecieron algunas nuevas. Se constituyó una nueva y sólida alianza con la Comunidad Europea para crear un Fondo Fiduciario para Asia conjunto, con el fin de beneficiar a 19 países, iniciar proyectos en el Pakistán y Sri Lanka y un proyecto para varios países en el sector servicios. Se creó una nueva asociación para industrias creativas con la OMPI y la UNCTAD. El CCI colaboró con el Banco Africano de Desarrollo en el contexto de la competitividad de las PYME y exploró las posibilidades de colaboración con el Banco Asiático de Desarrollo. Se dio a la larga colaboración con el CBI de los Países Bajos una nueva orientación y un ímpetu que deberían derivarse en mejores servicios conjuntos del CCI-CBI a los beneficiarios a partir de 2005. Se siguió intensificando la colaboración con la Oficina de Promoción de Exportaciones al Canadá (TFOC), la entidad socia del CCI en la ejecución del programa PACT, mediante la prestación conjunta de servicios de asistencia técnica integrados en Ghana, la República Unida de Tanzania, el Senegal y Sudáfrica.

### ***... incluidas las alianzas con el sector privado y con ONG, ...***

98. Se forjó una nueva alianza con Hewlett Packard y con la Asociación Internacional de Estudiantes de Ciencias Económicas y Empresariales (AIESEC) para dar la bienvenida al primer Becario (africano) del Programa de Becas de Comercio Internacional de CCI/AIESEC. El CCI se unió al Consejo de Administración de Alliance for Coffee Excellence, que dirige el programa Cup of Excellence, y consideró la posibilidad de colaborar con UBS y emprendedores sociales a través de su participación en el Premio Visionaris para la empresa social de México. Se celebraron más de 170 acuerdos de colaboración con las organizaciones nacionales para financiar actividades conjuntas que contribuyan, de forma

pragmática, a la creación de capacidades en países beneficiarios.

### ***... además de colaboración con órganos superiores del CCI.***

99. El CCI colaboró intensamente con la UNCTAD con motivo de la UNCTAD XI de São Paulo (Brasil) y con la OMC en el marco de su Política comercial y de los cursos de una semana en Ginebra, donde se le confiaron sesiones especiales. Tanto la OMC como la UNCTAD participaron, a un alto nivel, en los talleres de “El Sector Empresarial y el Desarrollo” del CCI sobre el terreno, para explicar las normas de la OMC a la comunidad empresarial y promover la movilización y defensa empresariales en el contexto del SCM. Otros proyectos conjuntos varios implicaron una sólida colaboración con uno o ambos órganos superiores: el JITAP, el MI, el proyecto de facilitación BioTrade, Investment Maps y Market Access Maps, por nombrar algunos.

### ***Se mejoró la eficacia del trabajo a través de innovadoras soluciones de TI ...***

100. Prosiguieron los esfuerzos para racionalizar los procesos de trabajo y actualizar las bases de datos existentes de gestión e información a fin de ofrecer tanto a los directores como al personal información en línea completa a la que se pudiera acceder fácilmente y de manera puntual. Por ejemplo, el informe de inspección de la Oficina de Servicios de Supervisión Interna (OSSI) de las Naciones Unidas sobre el CCI publicado en agosto de 2004<sup>9</sup> evaluaba positivamente los Portales de proyectos y sugería que se usase como mejor práctica en las Naciones Unidas. El mismo informe contenía una consideración positiva de la Intranet como recurso para compartir conocimientos. Se introdujeron nuevos manuales sencillos para el usuario y se facilitó acceso a información sobre los procedimientos y las normas de las Naciones Unidas y el CCI. Ante el continuo crecimiento de la confianza del CCI en su sitio web para ofrecer sus programas, se lanzó la implementación de una herramienta de gestión del contenido para facilitar el mantenimiento tanto de las páginas web existentes como el desarrollo de otras nuevas. Se presentó una nueva versión más fácil para el usuario de la tienda electrónica, con función de búsqueda, en tres idiomas.

### ***... y mediante la concentración en la gestión del rendimiento.***

101. El CCI se preparó para el inicio, en enero de 2005, de una serie de talleres de gestión del rendimiento para todo el personal y los directores

<sup>9</sup> A/59/229.

en colaboración con la Escuela Superior del Personal del Sistema de las Naciones Unidas, una importante medida para la introducción de la gestión basada en los resultados. Se comenzó a trabajar sobre la mejora del Plan de Operaciones Anual a fin de garantizar el uso óptimo de los recursos de personal y la mejor gestión del rendimiento de los empleados. El CCI siguió efectuando avances dentro del sistema de las Naciones Unidas en relación con la introducción de un mecanismo para recompensar el alto rendimiento y sancionar los malos resultados, tales como el *broad-banding* (sistema de bandas salariales) y la “remuneración del rendimiento”.

**... y se avanzó en la cooperación entre divisiones.**

102. Aunque la cooperación entre divisiones todavía no es óptima, se realizaron avances tangibles en diversos frentes, incluida la evaluación de necesidades y las misiones de programación a Bhután, Mauricio y el Perú, la creación de un comité de proyectos entre divisiones para el Fondo Fiduciario para Asia, una intensa colaboración de las distintas divisiones dentro del programa PACT en África, programas regionales en Asia Central e Indochina y proyectos en Bangladesh y Rumania. Asimismo, se desarrollaron iniciativas seleccionadas sobre textiles y el vestido en las que participaron diversas secciones.

**El desarrollo de los recursos humanos siguió siendo un aspecto de preocupación primordial.**

103. Se crearon nuevas políticas de recursos humanos, basadas en la reforma de las Naciones Unidas, para su implantación durante el transcurso de 2005 y posteriormente. Se ofreció al personal una serie de nuevos cursos de formación destinados a proporcionar a los miembros del personal de todos los niveles mejores herramientas para la realización de sus trabajos. Se llevaron a cabo 17 presentaciones de formación en la hora de la comida que atrajeron a más de 600 participantes. Se revitalizaron las sesiones de información y capacitación. Se realizaron esfuerzos continuos para reclutar a consultores de países en desarrollo y transición y actualmente, corresponden al 54,5 % del número total de consultores del CCI.

**Se dio un paso adelante en la defensa del rol del desarrollo comercial.**

104. Las actividades de divulgación empresarial del CCI hicieron hincapié en la defensa del rol del desarrollo comercial, ofreciendo a los socios y beneficiarios análisis y mejores prácticas en el uso del comercio para el desarrollo. El CCI empleó su 40.º aniversario para incrementar sus actividades de desarrollo comercial; demostrar su impacto y dar pleno reconocimiento al personal, los donantes y los socios que contribuyeron a fomentar el comercio en pro del desarrollo. Dos publicaciones efectuadas con

motivo del aniversario, que destacan 10 retos de desarrollo del comercio y 23 casos de éxito de asistencia técnica relacionada con el comercio, ayudaron a la concientización sobre el rol del comercio para el desarrollo económico a dar un paso adelante.

<b>Semblanzas del desarrollo del comercio</b>
Es muy raro encontrar recopilaciones de casos de éxito de asistencia técnica en materia de comercio. El libro del CCI <i>Semblanzas del Desarrollo del Comercio</i> se basa en un proceso de estudio de un año dentro del CCI y de sus organizaciones socias. El CCI colocó las lecciones aprendidas sobre asistencia técnica relacionada con el comercio dentro de un contexto más amplio de acontecimientos actuales y tendencias de desarrollo y con vistas a lograr un estilo asequible. Este libro demuestra cómo las iniciativas de pequeña envergadura especializadas, pero estratégicas, pueden ocasionar un impacto real en la reducción de las diferencias entre ricos y pobres.

105. Dichos esfuerzos han recaudado amplio interés, ya que las suscripciones por e-mail de su revista en línea aumentaron un 67 % durante el año. Los medios de comunicación internacionales realizaron una cobertura del CCI como nunca habían hecho. Los elementos visuales utilizados con motivo del 40.º aniversario pusieron de relieve la experiencia del CCI y ampliaron su visibilidad como un proveedor de asistencia técnica relacionada con el comercio con credibilidad.

**Prosiguieron las labores para mejorar los resultados basados en la gestión ...**

106. En vista del sólido compromiso del CCI con la RBM, y de acuerdo con las recomendaciones de la OSSSI para integrar mejor prácticas y procesos de RBM dentro del CCI, se emprendieron una serie de medidas importantes. Además del programa de gestión del rendimiento del personal:

- Se mejoró la gestión del ciclo de proyectos con vistas a fomentar una cultura de RBM entre el personal.
- Se designaron puntos concretos en cada sección para ayudar a recopilar información concreta relativa a los logros sobre el terreno.
- Se realizó un estudio de las necesidades de formación del personal y se vinculó a formas de mejorar su rendimiento.
- Se comenzó a trabajar sobre el desarrollo de una estrategia de TIC recomendada por la Junta de Auditores.
- Se realizaron nuevos esfuerzos para adaptar mejor los flujos de trabajo y los procedimientos de SIIG a las necesidades operativas del CCI.

**... mientras los inspectores de la OSSSI reconocieron la labor del CCI.**

107. El CCI se sometió a varias auditorías, evaluaciones e inspecciones externas en 2004: la auditoría financiera anual y las revisiones horizontales realizadas por la Junta de Auditores y Auditoría Interna, una inspección completa por parte de la Oficina de Servicios de Supervisión Interna (OSSSI) iniciada en 2003 y una amplia Evaluación Conjunta promovida por cinco donantes. Aunque el CCI reconoce que estos ejercicios son necesarios para garantizar el correcto uso del dinero de los contribuyentes y que resultan beneficiosos, en la medida en que producen recomendaciones concretas y útiles, también debe tenerse en cuenta el tiempo que implica realizarlos. El tiempo dedicado por el personal a dichas actividades es tiempo no invertido en la prestación de asistencia técnica a los beneficiarios. En 2004, el CCI asistió a más de 120 reuniones a petición de evaluadores y auditores. Se necesitó un considerable tiempo adicional, especialmente por parte de la gestión ejecutiva, para preparar y efectuar un seguimiento de las solicitudes de información realizadas en dichas reuniones – una carga importante para una organización que sólo cuenta con 77 puestos profesionales.

108. A pesar de lo anterior, el CCI agradece tanto a la Junta de Auditores como a la OSSSI sus contribuciones para mejorar la eficacia de la organización. El Informe de la OSSSI de agosto de 2004 declaró también su sólido apoyo a los esfuerzos del CCI y se refirió a la labor del CCI como las mejores prácticas a imitar por el sistema de las Naciones Unidas.

#### Extracto del resumen del Informe de Inspección de la OSSSI

"La inspección destacó las buenas prácticas como el Fondo Fiduciario Global, el Portal de proyectos y el Comité de Gestión Ejecutivo, así como el amplio y eficaz uso de las tecnologías de la información. El CCI ha creado elementos basados en los resultados en sus sistemas de planificación y control, aunque sigue existiendo la necesidad de que se racionalicen y de una mayor integración. La OSSSI ha asegurado que los productos y servicios del CCI en las esferas de desarrollo de productos y mercados, servicios de apoyo al comercio, información y promoción cumplan las necesidades de los clientes y se consideraron de alta calidad."

109. Por lo que respecta a la Evaluación Conjunta que comenzó en enero de 2004, al final de año no estaba disponible el informe definitivo.

**El CCI mantuvo su compromiso con los Objetivos de desarrollo del Milenio y con otros programas mundiales.**

110. Los puntos 1 y 8 de los Objetivos de desarrollo del Milenio (ODM), a saber, la reducción de la pobreza y el fomento de una colaboración mundial para el desarrollo respectivamente, siguieron siendo un objetivo primordial de la labor del CCI durante el año. El Programa de Reducción de la Pobreza a través de las Exportaciones y muchos otros presentados a través de este informe, concretamente en virtud de la meta empresarial 4, demuestran el compromiso del CCI con los ODM. El CCI también contribuyó al avance del Programa de Desarrollo de Doha como se informó en virtud de la meta empresarial 1 y en otros ámbitos. El CCI mantuvo su compromiso con la implantación del Programa de Acción para los PMA 2001–2010, y los PMA representaron el 33 % de todos los gastos del proyecto.

#### Futuros retos

**Una mayor enfoque en los nichos de actuación del CCI, ...**

111. El CCI ha de seguir creándose una reputación como proveedor de asistencia técnica relacionada con el comercio respetado, dotado de profesionales altamente cualificados que ofrezcan soluciones prácticas a las PYME exportadoras en los países en desarrollo y las economías en transición. Su avance estratégico para crecer en tamaño e impacto ha de seguir limitándose a la expansión en campos de trabajo en los que cuenta con ventajas comparativas exclusivas frente a otros proveedores de asistencia técnica relacionada con el comercio y eliminando gradualmente actividades en las que carece de tales ventajas. Junto con las redes de socios IAC, el CCI ha de seguir luchando por buscar formas rentables de ocupar plenamente los nichos de actuación en los que puede obtener mejores resultados.

**... un crecimiento gestionado, ...**

112. Al haber incrementado la prestación de servicios anual en un 20 % durante el período 2001–2003 y un 5 % en 2004, en 2005 el CCI se centrará en lograr un crecimiento de la prestación de servicios del 10 %. Hará mayor hincapié en la calidad de la prestación de servicios y en la documentación del impacto, cuando éste se pueda medir. Se conseguirá una mayor prestación de servicios a través de una mayor racionalización de los recursos de personal, mayor eficacia administrativa y una aplicación más general del RBM y de los procesos relacionados.

***... la identificación de una combinación óptima de productos de asistencia técnica y de modos de prestación de servicios ...***

113. Aunque el CCI mantendrá su efectivo método de tres vías para la prestación de asistencia técnica relacionada con el comercio, incrementará el uso de las TIC cuando resulte apropiado y útil. El mayor reto del CCI será garantizar que los países clientes se beneficien de una combinación ideal de herramientas, servicios y programas, adaptadas a las necesidades y circunstancias específicas, al mínimo coste posible, y asegurar la sostenibilidad de sus acciones a largo plazo. La creación de capacidades nacionales continuará desempeñando una función clave en este sentido.

***... la optimización y agrupación de herramientas y servicios, ...***

114. El programa activo de estudios aplicados de desarrollo del comercio del CCI facilitará la optimización y agrupación de las herramientas y los servicios existentes. Se efectuarán esfuerzos sostenidos para integrar mejor las herramientas del CCI en programas más amplios tales como el PACT y los financiados por la Comunidad Europea y el CBI. El CCI garantizará un flujo de

comunicación continua bidireccional entre los países clientes y sus divisiones técnicas con vistas a optimizar y divulgar herramientas basadas en el conocimiento. Las lecciones aprendidas de los proyectos del CCI se utilizarán para perfeccionar sus herramientas y servicios y mejorar la gestión de ciclos de proyectos.

***... y la gestión de la transición y el proceso de cambio.***

115. El CCI reconoce totalmente la necesidad de garantizar un proceso de cambio continuo y constructivo en todos los ámbitos, incluido el ámbito de la gestión ejecutiva. El equipo ejecutivo de gestión al completo debe retirarse durante los próximos 22 meses y el Director Ejecutivo hará hincapié ante las organizaciones de tutela en la importancia de sustituirles de forma puntual. Debe implantarse un plan de sucesión eficaz para permitir la sustitución puntual por un equipo de directivos especializados con experiencia y conocimientos complementarios. En casos que requieran una acción por parte de las organizaciones de tutela, deberán emitirse solicitudes de candidaturas con una antelación suficiente para evitar carencias entre el momento de salida y de entrada de los directores.

## Anexo

### PROYECTOS Y ACTIVIDADES DE COOPERACIÓN TÉCNICA DEL CCI EN 2004, POR PAÍS Y NIVEL DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS

El cuadro siguiente es una recopilación de los proyectos y actividades de cooperación técnica llevados a cabo o en marcha en 2004. Incluye: i) proyectos en curso nacionales y de diversos países; ii) ejercicios de evaluación de necesidades y diseño de programas; iii) servicios de asesoramiento; iv) seminarios y talleres de creación de capacidades; v) publicaciones y herramientas del CCI adaptadas a los contextos nacionales y regionales; vi) creación de redes y actos promocionales.

Para la prestación de su asistencia técnica, el CCI aplica un método de tres niveles:

**El nivel 1** permite al CCI lograr una *cobertura global* a través de la prestación de apoyo sobre el terreno, basándose en: i) un programa activo de publicaciones y divulgación de información; ii) colaboración directa a través de un *enfoque de red de productos*; y iii) el suministro de aportaciones muy especializadas dentro de los programas de la Vertiente II del FFG (Promoción del Comercio Sur-Sur, World Tr@de Net, Reducción de la Pobreza a través de las Exportaciones y E-Trade Bridge). Las actividades enumeradas dentro de este nivel incluyen actos llevados a cabo dentro de los países y la participación de representantes nacionales en talleres y conferencias celebrados en otros lugares. Las actividades del nivel 1 efectuadas como componentes técnicos de proyectos regionales y nacionales de diversas actividades (nivel 2 y 3) no se enumeran de forma independiente.

**El nivel 2** implica la prestación de apoyo sobre el terreno de intensidad media en virtud de proyectos de varios organismos, con varios fines y en varios países (Marco Integrado, JITAP, Med 2000, El programa de facilitación BioTrade).

**El nivel 3** ofrece apoyo sobre el terreno de alta intensidad, normalmente adaptado a los requisitos de una región o país específico.

Se puede consultar información más pormenorizada en el corpus principal del Informe Anual en el Add.1 Resumen de los proyectos de cooperación técnica operativos en 2004.

	País	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3
1	Albania	El Sector Empresarial y el Desarrollo World Tr@de Net		Formación y herramientas de análisis de mercado
2	Angola*	El Sector Empresarial y el Desarrollo Promoción del Comercio Sur-Sur		Proyecto de fortalecimiento institucional para los Estados del África Central
3	Arabia Saudita	Taller CCI/WASME Promoción del Comercio Sur-Sur		
4	Argelia	El Sector Empresarial y el Desarrollo Conferencia sobre Arbitraje Comercial Promoción del Comercio Sur-Sur		Proyecto sobre finanzas comerciales Proyecto sobre información comercial
5	Argentina	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro de comercio electrónico Taller CCI/WASME Formación y herramientas de análisis de mercado Promoción del Comercio Sur-Sur World Tr@de Net		
6	Armenia	World Tr@de Net		Indicadores de finanzas comerciales

\* PMA.



	País	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3
7	Azerbaijón			Organización de Cooperación Económica (OCE) – Aumento del comercio intrarregional Evaluación de necesidades sobre misión relativa a los sectores de transformación de alimentos y de prendas de vestir
8	Bahrein	Conferencia sobre Arbitraje Comercial Taller CCI/WASME Promoción del Comercio Sur-Sur		
9	Bangladesh*	El Sector Empresarial y el Desarrollo Conferencia sobre Arbitraje Comercial Creación de una guía para el sector del yute Estrategia E-Trade Bridge Comercio electrónico para PYME Foro Ejecutivo Red de SMF-IPSCM Promoción del Comercio Sur-Sur Finanzas comerciales La Clave del Comercio World Tr@de Net		Proyecto de sistema de comercio multilateral integrado (previo a Cancún) Proyecto de fomento de las exportaciones de cuero Formación y herramientas de análisis de mercado Proyecto de seguimiento de información de mercado Gestión de la cadena de suministros
10	Barbados	Estrategia E-Trade Bridge Apoyo para la plena participación en el AGCS		
11	Belarús	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro Ejecutivo World Tr@de Net		
12	Belize	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro Ejecutivo Promoción del Comercio Sur-Sur		
13	Benin*	El Sector Empresarial y el Desarrollo Formación y herramientas de análisis de mercado Taller regional sobre algodón Promoción del Comercio Sur-Sur	MI JITAP	
14	Bhután*	El Sector Empresarial y el Desarrollo Evaluación comparativa del sector del vestido de FIT World Tr@de Net		Formulación de un proyecto de asistencia técnica relacionada con el comercio integrado
15	Bolivia	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro de comercio electrónico Finanzas-e Estrategia E-Trade Bridge Red de SMF-IPSCM Promoción del Comercio Sur-Sur	Programa de facilitación BioTrade	Proyecto de turismo basado en la comunidad de Copacabana Proyecto integrado de fomento de las exportaciones Proyecto de seguimiento de información de mercado Gestión de la cadena de suministros
16	Bosnia y Herzegovina	World Tr@de Net		

	<b>País</b>	<b>Nivel 1</b>	<b>Nivel 2</b>	<b>Nivel 3</b>
17	Botswana	El Sector Empresarial y el Desarrollo Reunión de expertos representantes del sector servicios ServiceExportNet Promoción del Comercio Sur-Sur	JITAP	Proyecto de promoción de las exportaciones y creación de capacidades del sector servicios Estrategia de exportación de turismo
18	Brasil	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro de comercio electrónico Vestido-e Finanzas-e Calidad y Normas Promoción del Comercio Sur-Sur Finanzas comerciales La Clave del Comercio Creación de competitividad empresarial UNCTAD XI World Tr@de Net		Proyecto de turismo basado en la comunidad de Bahía Proyecto de formación y apoyo al análisis de mercado BrazilTradeNet
19	Bulgaria	El Sector Empresarial y el Desarrollo ServiceExportNet World Tr@de Net		
20	Burkina Faso*	El Sector Empresarial y el Desarrollo Conferencia sobre Arbitraje Comercial Formación y herramientas de análisis de mercado Promoción del Comercio Sur-Sur	MI JITAP	
21	Burundi*	Promoción del Comercio Sur-Sur	MI	Proyecto de fomento de las exportaciones de especias y aceites esenciales Proyecto de fortalecimiento institucional para los Estados del África Central
22	Cabo Verde*	Formación y herramientas de análisis de mercado		
23	Camboya*	El Sector Empresarial y el Desarrollo Estrategia E-Trade Bridge Foro Ejecutivo Red de SMF-IPSCM Promoción del Comercio Sur-Sur World Tr@de Net	MI	Proyecto de fomento de las exportaciones de pimientos, nueces de la India y productos agrícolas Proyecto integrado de fomento de las exportaciones Proyecto sobre productos de seda Gestión de la cadena de suministros
24	Camerún	El Sector Empresarial y el Desarrollo Formación sobre el BMS y oportunidades electrónicas Estrategia E-Trade Bridge Potencial de exportación de servicios ServiceExportNet Promoción del Comercio Sur-Sur	JITAP	Proyecto de mejora de las perspectivas para mujeres empresarias Proyecto de fortalecimiento institucional para los Estados del África Central
25	Chad*	El Sector Empresarial y el Desarrollo Formación y herramientas de análisis de mercado Promoción del Comercio Sur-Sur	MI	Proyecto de fortalecimiento institucional para los Estados del África Central

	País	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3
26	Chile	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro de comercio electrónico Promoción del Comercio Sur-Sur		
27	China	El Sector Empresarial y el Desarrollo Estrategia E-Trade Bridge Foro Ejecutivo Taller CCI/WASME Red de SMF-IPSCM Calidad y Normas Secretos del comercio electrónico Promoción del Comercio Sur-Sur Desarrollo del sector de los textiles y el vestido La Clave del Comercio de los componentes de automoción		Desarrollo de la capacidad de China en el proyecto IPSCM Proyecto sobre el sector de las manzanas frescas en la provincia de Shaanxi Formación y herramientas de análisis de mercado
28	Chipre	ServiceExportNet		
29	Colombia	El Sector Empresarial y el Desarrollo Creación de capacidades sobre la exportación de servicios Foro de comercio electrónico Red de SMF-IPSCM Promoción del Comercio Sur-Sur	Programa de facilitación BioTrade	Proyecto integrado de kit de información sobre el embalaje para la exportación Formación y herramientas de análisis de mercado Gestión de la cadena de suministros
30	Congo	El Sector Empresarial y el Desarrollo Promoción del Comercio Sur-Sur		Proyecto de fortalecimiento institucional para los Estados del África Central
31	Costa Rica	El Sector Empresarial y el Desarrollo Trade Bridge World Tr@de Net		
32	Côte d'Ivoire	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro Ejecutivo Formación sobre subcontratación pública Promoción del Comercio Sur-Sur	JITAP	
33	Croacia	El Sector Empresarial y el Desarrollo ServiceExportNet		Formación y herramientas de análisis de mercado
34	Cuba	El Sector Empresarial y el Desarrollo Perfil de los países de exportación de PACKit Finanzas comerciales La Clave del Comercio World Tr@de Net		Proyecto de fomento para las exportaciones de los servicios de tecnología de la información Formación y herramientas de análisis de mercado
35	Djibouti*	Conferencia sobre Arbitraje Comercial	MI	Proyecto de fortalecimiento de las instituciones de apoyo al comercio
36	Ecuador	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro de comercio electrónico Estrategia E-Trade Bridge Foro Ejecutivo Promoción del Comercio Sur-Sur	Programa de facilitación BioTrade	Formación y herramientas de análisis de mercado Estrategia de exportación de turismo

	<b>País</b>	<b>Nivel 1</b>	<b>Nivel 2</b>	<b>Nivel 3</b>
37	Egipto	El Sector Empresarial y el Desarrollo Conferencia sobre Arbitraje Comercial Red de SMF-IPSCM Taller CCI/WASME Taller regional sobre las implicaciones empresariales para el sector privado de África Promoción del Comercio Sur-Sur World Tr@de Net		Formación y herramientas de análisis de mercado Proyecto de seguimiento de información de mercado
38	El Salvador	El Sector Empresarial y el Desarrollo Estrategia E-Trade Bridge Foro Ejecutivo Creación de capacidades de exportación: Proveedores de servicios con discapacidades Evaluación comparativa del sector del vestido FiT Promoción del Comercio Sur-Sur Desarrollo del sector de los textiles y el vestido World Tr@de Net	Programa de facilitación BioTrade	Proyecto de turismo basado en la comunidad Proyecto de fomento empresarial del comercio exterior en América Central Formación y herramientas de análisis de mercado Proyecto de café de Monte Sión
39	Emiratos Árabes Unidos	Conferencia sobre Arbitraje Comercial Taller CCI/WASME Promoción del Comercio Sur-Sur		Proyecto de fomento de las exportaciones integrado Formación y herramientas de análisis de mercado
40	Eritrea*	Red de SMF-IPSCM	Med 2000	
41	Eslovaquia			Excelencia de la cadena de suministros para PYME
42	Eslovenia	Taller CCI/WASME Creación de competitividad empresarial UNCTAD XI		Estudio, formación y herramientas de análisis de mercado
43	Estonia	El Sector Empresarial y el Desarrollo World Tr@de Net		
44	Etiopía*	Conferencia sobre Arbitraje Comercial Feria de comercio sobre el cuero panafricana "Meet in Africa" Promoción del Comercio Sur-Sur	MI Med 2000	Proyecto sobre control de calidad de las especias Proyecto de calidad sobre el café Proyecto de seguimiento de información de mercado Proyecto de estrategias de desarrollo comercial
45	Federación de Rusia	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro Ejecutivo		Proyecto de mejora de la competitividad de las exportaciones de las PYME rusas
46	Fiji	Red de SMF-IPSCM		
47	Filipinas	El Sector Empresarial y el Desarrollo Estrategia E-Trade Bridge Foro Ejecutivo Taller CCI/WASME Red de SMF-IPSCM PACKit Promoción del Comercio Sur-Sur La Clave del Comercio World Tr@de Net		Formación y herramientas de análisis de mercado Proyecto de seguimiento de información de mercado Proyecto de gestión de la cadena de suministros

	País	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3
48	Gabón	El Sector Empresarial y el Desarrollo		Proyecto de fortalecimiento institucional para los Estados del África Central
49	Gambia*	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro Ejecutivo Formación y herramientas de análisis de mercado	MI	Proyecto de estrategia de exportación nacional
50	Georgia	World Tr@de Net		Indicadores de finanzas comerciales
51	Ghana	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro Ejecutivo Taller CCI/WASME ServiceExportNet Promoción del Comercio Sur-Sur	JITAP	Formación y herramientas de análisis de mercado Proyecto de seguimiento de información de mercado Proyecto de fomento de las exportaciones del sector de la horticultura
52	Guatemala	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro Ejecutivo Desarrollo del sector de los textiles y el vestido World Tr@de Net		Proyecto de fomento empresarial del comercio exterior en América Central Formación y herramientas de análisis de mercado
53	Guinea*	El Sector Empresarial y el Desarrollo Promoción del Comercio Sur-Sur	MI	Proyecto de fomento de las exportaciones agrícolas Formulación de proyecto de fortalecimiento institucional Participación en el proyecto de SMC
54	Guinea-Bissau*	El Sector Empresarial y el Desarrollo		
55	Guinea Ecuatorial*			Proyecto de fortalecimiento institucional para los Estados del África Central
56	Guyana	World Tr@de Net		
57	Haití*	El Sector Empresarial y el Desarrollo	MI	Proyecto de promoción de las exportaciones de Mango
58	Honduras	El Sector Empresarial y el Desarrollo Estrategia E-Trade Bridge Promoción del Comercio Sur-Sur Desarrollo del sector de los textiles y el vestido World Tr@de Net		Proyecto de fomento empresarial del comercio exterior en América Central
59	Hungría	El Sector Empresarial y el Desarrollo Red de SMF-IPSCM		

	<b>País</b>	<b>Nivel 1</b>	<b>Nivel 2</b>	<b>Nivel 3</b>
60	India	El Sector Empresarial y el Desarrollo Conferencia sobre Arbitraje Comercial Estrategia E-Trade Bridge Cumbre Mundial sobre PYME Taller CCI/WASME Formación y herramientas de análisis de mercado Red de SMF-IPSCM PACKit Promoción del Comercio Sur-Sur Desarrollo del sector de los textiles y el vestido La Clave del Comercio		Proyecto sobre especias orgánicas Proyecto de gestión de la cadena de suministros
61	Indonesia	El Sector Empresarial y el Desarrollo Red de SMF-IPSCM Promoción del Comercio Sur-Sur La Clave del Comercio		Formación y herramientas de análisis de mercado Proyecto de gestión de la cadena de suministros
62	Irán (República Islámica del)	Promoción del Comercio Sur-Sur		
63	Iraq	Promoción del Comercio Sur-Sur		
64	Jamaica	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro Ejecutivo Apoyo para la plena participación en el AGCS Creación de competitividad empresarial UNCTAD XI World Trade Net		Formación y herramientas de análisis de mercado
65	Jordania	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro Ejecutivo Potencial de exportación de servicios Taller CCI/WASME Perfil de exportación PACKit Promoción del Comercio Sur-Sur Apoyo para la plena participación en el AGCS World Trade Net		Proyecto de creación de una red nacional de asesores comerciales de PYME Proyecto integrado de kit de información sobre el embalaje para la exportación
66	Kazajstán	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro Ejecutivo World Trade Net		Informe Asia Central en la encrucijada de las dificultades y oportunidades del comercio exterior Organización de Cooperación Económica (OCE) – Aumento del comercio intrarregional Proyecto integrado de fomento de las exportaciones Indicadores de finanzas comerciales

	País	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3
67	Kenya	El Sector Empresarial y el Desarrollo Estrategia E-Trade Bridge Foro Ejecutivo Reunión de expertos representantes del sector servicios Fomento de la exportación de productos orgánicos Taller CCI/WASME Red de SMF-IPSCM PACKit Calidad y Normas ServiceExportNet Promoción del Comercio Sur-Sur Finanzas comerciales	JITAP	Vinculación de las pequeñas empresas y las microempresas con los mercados de exportación Formación y herramientas de análisis de mercado Proyecto de seguimiento de información de mercado Proyecto “La combinación perfecta” Proyecto de asociaciones de la industria del sector servicios regional Estrategia del sector del café SHAPE
68	Kirguistán	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro Ejecutivo World Tr@de Net		Informe Asia Central en la encrucijada de las dificultades y oportunidades del comercio exterior Organización de Cooperación Económica (OCE) – Aumento del comercio intrarregional Proyecto integrado de fomento de las exportaciones Formación y herramientas de análisis de mercado Indicadores de finanzas comerciales
69	Kuwait	Promoción del Comercio Sur-Sur		
70	Lesotho*	El Sector Empresarial y el Desarrollo Taller africano regional sobre las implicaciones del fin del ATV Promoción del Comercio Sur-Sur Comercio de servicios Creación de competitividad empresarial UNCTAD XI World Tr@de Net	MI	Proyecto de fomento de las exportaciones de melocotones y champiñones Proyecto de promoción de las exportaciones y creación de capacidades del sector servicios
71	Letonia	El Sector Empresarial y el Desarrollo World Tr@de Net		Formación y herramientas de análisis de mercado
72	Líbano	Conferencia sobre Arbitraje Comercial Foro Ejecutivo Promoción del Comercio Sur-Sur		Formación y herramientas de análisis de mercado
73	Lituania	Formación y herramientas de análisis de mercado World Tr@de Net		
74	Madagascar*	Promoción del Comercio Sur-Sur	MI	Proyecto de herramientas de análisis de mercado y evaluación del rendimiento de la formación en la subcontratación pública

	<b>País</b>	<b>Nivel 1</b>	<b>Nivel 2</b>	<b>Nivel 3</b>
75	Malasia	El Sector Empresarial y el Desarrollo Red de SMF-IPSCM PACKit Promoción del Comercio Sur-Sur World Tr@de Net		Formación y herramientas de análisis de mercado Iniciativa de banca para PYME Proyecto d gestión de la cadena de suministros
76	Malawi*	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro Ejecutivo Formación y herramientas de análisis de mercado Promoción del Comercio Sur-Sur World Tr@de Net	MI JITAP	Proyecto de formulación de calidad y gestión de normas Proyecto sobre control de calidad de las especias Estrategia de exportación nacional Proyecto de promoción de las exportaciones y creación de capacidades del sector servicios
77	Maldivas*	Evaluación comparativa del sector del vestido de FiT		
78	Malí*	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro Ejecutivo Promoción del Comercio Sur-Sur	MI JITAP	
79	Marruecos	El Sector Empresarial y el Desarrollo Conferencia sobre Arbitraje Comercial Foro Ejecutivo Reunión de expertos representantes del sector servicios Potencial de exportación de servicios Taller CCI/WASME ServiceExportNet Promoción del Comercio Sur-Sur		Proyecto de herramientas de análisis de mercado y evaluación del rendimiento de la formación en la subcontratación pública Proyecto de fortalecimiento de capacidades de CMPE
80	Mauricio	Reunión de expertos representantes del sector servicios Evaluación comparativa del sector del vestido de FiT Calidad y Normas ServiceExportNet		Formación y herramientas de análisis de mercado Proyecto de estrategia de exportación nacional para el sector servicios
81	Mauritania*	El Sector Empresarial y el Desarrollo Estrategia E-Trade Bridge	MI JITAP	Proyecto de fortalecimiento de capacidades de DPCE Proyecto sobre información comercial
82	México	Formación y herramientas de análisis de mercado Red de SMF-IPSCM		
83	Mongolia	El Sector Empresarial y el Desarrollo Estrategia E-Trade Bridge Embalaje World Tr@de Net		Fomento de las exportaciones de lana/textiles Formación y herramientas de análisis de mercado Indicadores de finanzas comerciales



	País	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3
84	Mozambique*	El Sector Empresarial y el Desarrollo Reunión de expertos representantes del sector servicios Formación y herramientas de análisis de mercado Creación de estrategias de exportación de servicios Promoción del Comercio Sur-Sur World Tr@de Net	MI JITAP	Proyecto de estrategia de exportación de madera
85	Myanmar	Promoción del Comercio Sur-Sur		
86	Namibia	ServiceExportNet Promoción del Comercio Sur-Sur		Formación y herramientas de análisis de mercado
87	Nepal	El Sector Empresarial y el Desarrollo Comercio electrónico para PYME Evaluación comparativa del sector del vestido de FiT Red de SMF-IPSCM Finanzas comerciales World Tr@de Net		Proyecto de mecanismos de transferencia de dinero y pagos electrónicos Formación y herramientas de análisis de mercado Creación de estrategias sectoriales SHAPE para el comercio electrónico Proyecto de gestión de la cadena de suministros
88	Nicaragua	El Sector Empresarial y el Desarrollo World Tr@de Net		Proyecto de fomento empresarial del comercio exterior en América Central
89	Níger*	El Sector Empresarial y el Desarrollo Promoción del Comercio Sur-Sur		
90	Nigeria	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro Ejecutivo Programa de Becas del CCI/AIESEC Taller CCI/WASME ServiceExportNet Promoción del Comercio Sur-Sur World Tr@de Net		Formación y herramientas de análisis de mercado
91	Omán	El Sector Empresarial y el Desarrollo Taller regional de Oriente Medio sobre las implicaciones del fin del ATV World Tr@de Net		Formación y herramientas de análisis de mercado
92	Pakistán	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro Ejecutivo Evaluación comparativa del sector del vestido de FiT Red de SMF-IPSCM La Clave del Comercio World Tr@de Net		Organización de Cooperación Económica (OCE). Aumento del comercio intrarregional Proyecto de asistencia técnica relacionada con el comercio integrado
93	Panamá	Apoyo para la plena participación en el AGCS		Formación y herramientas de análisis de mercado
94	Paraguay	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro de comercio electrónico Promoción del Comercio Sur-Sur Apoyo para la plena participación en el AGCS		Formación y herramientas de análisis de mercado

	<b>País</b>	<b>Nivel 1</b>	<b>Nivel 2</b>	<b>Nivel 3</b>
95	Perú	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro de comercio electrónico Foro Ejecutivo Red de SMF-IPSCM Promoción del Comercio Sur-Sur Apoyo para la plena participación en el AGCS	Programa de facilitación BioTrade	Proyecto transfronterizo del Perú/Ecuador de evaluación de necesidades Proyecto de gestión de la cadena de suministros
96	Qatar	Conferencia sobre Arbitraje Comercial Promoción del Comercio Sur-Sur		
97	República Árabe Siria	Promoción del Comercio Sur-Sur		
98	República Checa			Excelencia de la cadena de suministros para PYME
99	República Centrafricana*	El Sector Empresarial y el Desarrollo Promoción del Comercio Sur-Sur		Proyecto de fortalecimiento institucional para los Estados del África Central
100	República Democrática del Congo*	El Sector Empresarial y el Desarrollo Promoción del Comercio Sur-Sur		Proyecto de fortalecimiento institucional para los Estados del África Central
101	República Democrática Popular Lao*	Red de SMF-IPSCM Promoción del Comercio Sur-Sur La Clave del Comercio	MI	Proyecto de fomento de las exportaciones integrado Proyecto de gestión de la cadena del suministro
102	República Dominicana	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro Ejecutivo World Tr@de Net		Formación y herramientas de análisis de mercado
103	República de Moldova	El Sector Empresarial y el Desarrollo Conferencia sobre Arbitraje Comercial Comercio de servicios World Tr@de Net		Proyecto de formación en compras
104	Rumania	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro Ejecutivo ServiceExportNet World Tr@de Net		Proyecto de fomento de exportaciones sostenibles Formación y herramientas de análisis de mercado Fortalecimiento de las capacidades de exportación de Rumania
105	Rwanda*	El Sector Empresarial y el Desarrollo Promoción del Comercio Sur-Sur	MI	Proyecto de fortalecimiento institucional para los Estados del África Central
106	San Vicente y las Granadinas	Foro Ejecutivo		
107	Santa Lucía	Apoyo para la plena participación en el AGCS		Foro Ejecutivo sobre estrategias nacionales Calidad y Normas Estrategia de exportación de turismo
108	Santo Tomé y Príncipe*		MI	Proyecto de fortalecimiento institucional para los Estados del África Central

	País	Nivel 1	Nivel 2	Nivel 3
109	Senegal*	Estrategia E-Trade Bridge Formación para PYME sobre exportación Formación y herramientas de análisis de mercado Promoción del Comercio Sur-Sur Apoyo para la plena participación en el AGCS World Tr@de Net	MI JITAP	Formulación de proyecto de turismo basado en la comunidad Formulación de proyecto de fortalecimiento institucional Proyecto de creación de competitividad de las PYME PACT
110	Serbia y Montenegro	El Sector Empresarial y el Desarrollo		Formación y herramientas de análisis de mercado
111	Sierra Leona*	Formación y herramientas de análisis de mercado		Proyecto de fomento de exportaciones de jengibre
112	Singapur	Aplicaciones del comercio electrónico en el sector del vestido Red de SMF-IPSCM Promoción del Comercio Sur-Sur La Clave del Comercio		Proyecto de gestión de la cadena de suministros
113	Sri Lanka	El Sector Empresarial y el Desarrollo Comercio electrónico para PYME Evaluación comparativa del sector del vestido de FIT Red de SMF-IPSCM Promoción del Comercio Sur-Sur La Clave del Comercio World Tr@de Net		Formación y herramientas de análisis de mercado Formulación de proyecto de fomento de las exportaciones en los sectores de prendas de vestir y piedras preciosas Creación de estrategias sectoriales sobre caucho/especies SHAPE Proyecto de gestión de la cadena de suministros
114	Sudáfrica	Componentes de automoción El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro Ejecutivo Formación y herramientas de análisis de mercado Red de SMF-IPSCM PACKit Promoción del Comercio Sur-Sur		Proyecto sobre productos de aloe ferox Formación y herramientas de análisis de mercado Proyecto de fortalecimiento institucional PACT
115	Sudán	Promoción del Comercio Sur-Sur		
116	Swazilandia	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro Ejecutivo Promoción del Comercio Sur-Sur Comercio de servicios World Tr@de Net		Estrategia de exportación nacional Proyecto de promoción de las exportaciones y creación de capacidades del sector servicios
117	Tailandia	El Sector Empresarial y el Desarrollo Aumento de la capacidad de exportación de las PYME Foro Ejecutivo Red de SMF-IPSCM PACKit Promoción del Comercio Sur-Sur La Clave del Comercio World Tr@de Net		Formación y herramientas de análisis de mercado Proyecto de gestión de la cadena de suministros

	<b>País</b>	<b>Nivel 1</b>	<b>Nivel 2</b>	<b>Nivel 3</b>
118	Tanzanía, República Unida de*	El Sector Empresarial y el Desarrollo Estrategia E-Trade Bridge Foro Ejecutivo Formación y herramientas de análisis de mercado Calidad y Normas ServiceExportNet Promoción del Comercio Sur-Sur Finanzas comerciales	MI JITAP	Materiales para programa de recursos humanos Formación y herramientas de análisis de mercado Proyecto de embalaje y horticultura PACT Estudio de diagnóstico preliminar sobre la integración en el SCM
119	Tayikistán	El Sector Empresarial y el Desarrollo Red de SMF-IPSCM World Tr@de Net		Informe Asia Central en la encrucijada de las dificultades y oportunidades del comercio exterior Organización de Cooperación Económica (OCE). Aumento del comercio intrarregional Proyecto integrado de fomento de las exportaciones Indicadores de finanzas comerciales
120	Territorios Palestinos Ocupados	Conferencia sobre Arbitraje Comercial Foro Ejecutivo Promoción del Comercio Sur-Sur		
121	Togo	El Sector Empresarial y el Desarrollo Promoción del Comercio Sur-Sur		
122	Trinidad y Tabago	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro Ejecutivo Apoyo para la plena participación en el AGCS World Tr@de Net		
123	Túnez	El Sector Empresarial y el Desarrollo Conferencia sobre Arbitraje Comercial Foro de comercio electrónico Foro Ejecutivo Reunión de expertos representantes del sector servicios Embalaje para la exportación de productos alimenticios Potencial de exportación de servicios ServiceExportNet	JITAP	Proyecto de mecanismos de transferencia de dinero y pagos electrónicos Programa de formación de la búsqueda de intereses comunes
124	Turquía	Taller CCI/WASME Formación y herramientas de análisis de mercado		Organización de Cooperación Económica (OCE). Aumento del comercio intrarregional Proyecto de creación de capacidades y formación en exportación
125	Ucrania	El Sector Empresarial y el Desarrollo World Tr@de Net		

	<b>País</b>	<b>Nivel 1</b>	<b>Nivel 2</b>	<b>Nivel 3</b>
126	Uganda*	El Sector Empresarial y el Desarrollo Conferencia sobre Arbitraje Comercial Estrategia E-Trade Bridge Reunión de expertos representantes del sector servicios Red de SMF-IPSCM ServiceExportNet Promoción del Comercio Sur-Sur	Med 2000 MI JITAP	Proyecto de seguimiento de información de mercado Estrategia de exportación nacional Proyecto de evaluación del rendimiento de la contratación pública Proyecto sobre control de calidad de especias Proyecto de asociaciones de la industria del sector servicios regional Creación de estrategias sectoriales SHAPE
127	Uruguay	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro de comercio electrónico Foro Ejecutivo Promoción del Comercio Sur-Sur		Formación y herramientas de análisis de mercado
128	Uzbekistán	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro Ejecutivo World Tr@de Net		Informe Asia Central en la encrucijada de las dificultades y oportunidades del comercio exterior Informe sobre la preparación electrónica Organización de Cooperación Económica (OCE). Aumento del comercio intrarregional Proyecto integrado de fomento de las exportaciones Indicadores de finanzas comerciales
129	Venezuela	El Sector Empresarial y el Desarrollo Foro de comercio electrónico Promoción del Comercio Sur-Sur Apoyo para la plena participación en el AGCS	Programa de facilitación BioTrade	Proyecto de representación de comercio exterior Formación y herramientas de análisis de mercado
130	Viet Nam	El Sector Empresarial y el Desarrollo Conferencia sobre Arbitraje Comercial Foro Ejecutivo Red de SMF-IPSCM Promoción del Comercio Sur-Sur Taller sobre contratación textil El desarrollo de los recursos humanos en materia de comercio La Clave del Comercio World Tr@de Net		Proyecto integrado de fomento de las exportaciones Formación y herramientas de análisis de mercado Proyecto sobre turismo basado en la comunidad Proyecto de gestión de la cadena de suministros
131	Yemen*	Conferencia sobre Arbitraje Comercial	MI	

	<b>País</b>	<b>Nivel 1</b>	<b>Nivel 2</b>	<b>Nivel 3</b>
132	Zambia*	El Sector Empresarial y el Desarrollo Conferencia sobre Arbitraje Comercial Foro Ejecutivo Formación y herramientas de análisis de mercado ServiceExportNet Promoción del Comercio Sur-Sur World Tr@de Net	JITAP	Proyecto de estrategia de exportación nacional Proyecto de promoción de las exportaciones y creación de capacidades del sector servicios
133	Zimbabwe	El Sector Empresarial y el Desarrollo Red de SMF-IPSCM Promoción del Comercio Sur-Sur World Tr@de Net		Formación y herramientas de análisis de mercado

# CCI: Su socio para el desarrollo del comercio

El Centro de Comercio Internacional (CCI) es la agencia de cooperación técnica de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y la Organización Mundial del Comercio (OMC) para aspectos operativos del desarrollo del comercio hacia las empresas.

El CCI presta apoyo técnico a los países en desarrollo y las economías en transición, y en especial a su sector empresarial, con el objeto de realizar su pleno potencial de desarrollo de las exportaciones y de mejora de las operaciones de importación.

Las esferas de competencia del Centro son las siguientes:

- ▶ Desarrollo de productos y mercados
- ▶ Desarrollo de los servicios de apoyo al comercio
- ▶ Información comercial
- ▶ Desarrollo de los recursos humanos
- ▶ Gestión de las compras y suministros internacionales
- ▶ Evaluación de necesidades y diseño de programas de promoción del comercio



**Centro de Comercio Internacional**  
U N C T A D / O M C

*CCI: Su socio para el desarrollo del comercio*

Para mayor información:

*Dirección sede:* CCI, 54–56, rue de Montbrillant, 1202 Ginebra, Suiza.

*Dirección postal:* CCI, Palais des Nations, 1211 Ginebra 10, Suiza.

*Teléfono:* +41 22 730 0111 *fax:* +41 22 733 4439 *e-mail:* [itcreg@intracen.org](mailto:itcreg@intracen.org) *Internet:* <http://www.intracen.org>