



Centro de Comercio Internacional

UNCTAD / OMC

ITC/AG(XXXIX)/207
10 de Marzo de 2006
Español
Original: Inglés

Informe del Comité Consultivo del Fondo Fiduciario Global

Grupo Consultivo Mixto del Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC
Trigésima novena reunión
Ginebra, 24 - 28 de abril de 2006

Índice

Nota	iv
INTRODUCCIÓN	1
EL COMITÉ CONSULTIVO	1
VERTIENTE I	2
VERTIENTE II	4
Informes de avance sobre los programas de la Vertiente II	4
I. Promoción Empresarial para el Comercio (World Tr@de Net)	4
Cuadro – Situación presupuestaria al 31 de diciembre de 2005	8
II. Programa de Promoción del Comercio Sur-Sur	9
Cuadro – Situación presupuestaria al 31 de diciembre de 2005	12
III. Programa Pasarela hacia el Comercio Electrónico para PYME (un programa de desarrollo de la capacidad para el comercio facilitado electrónicamente)	13
Cuadro – Situación presupuestaria al 31 de diciembre de 2005	17
IV. Programa de Reducción de la Pobreza a través de las Exportaciones (PRPE)	18
Cuadro – Situación presupuestaria al 31 de diciembre de 2005	21
V. ServiceExportNet	22
Cuadro – Situación presupuestaria al 31 de diciembre de 2005	24
VI. Diseño y Gestión de la Estrategia Nacional de Exportación	25
Cuadro – Situación presupuestaria al 31 de diciembre de 2005	27
VERTIENTE III	28
Anexo I – Fondo Fiduciario Global: Promesas de contribuciones y recursos disponibles	29
Anexo II – Fondo Fiduciario Global: Vertiente II – Promesas de contribuciones y asignaciones a los distintos programas	30

Nota

Se han utilizado las siguientes abreviaturas:

ABAC	Consejo de Cooperación Económica en Asia y el Pacífico
ACICI	Agencia de Cooperación y de Información para el Comercio Internacional
ADPIC	Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (Acuerdo sobre los)
ARTNeT	Red de Investigación y Capacitación para el Comercio en Asia-Pacífico
ATF	Fondo Fiduciario para Asia
ATIFTAP	Asociación de Instituciones de Formación para el Comercio Exterior en Asia y el Pacífico
CAN	Comunidad Andina de Naciones
CBI	Centro de Fomento de las Importaciones de los Países en Desarrollo (Países Bajos)
CCI	Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC
CEMAC	Comunidad Económica y Monetaria del África Central
CEPE	Comisión Económica de las Naciones Unidas para Europa
CESPAP	Comisión Económica y Social de las Naciones Unidas para Asia y el Pacífico
CIID	Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo
CMSI	Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información
EMD	Desarrollo de la Gestión Empresarial
ESF	Foro Europeo de Servicios
ETB	Programa Pasarela hacia el Comercio Electrónico
FEM	Foro Económico Mundial
FFG	Fondo Fiduciario Global
FICCI	Federación de Cámaras de Comercio e Industria de la India
FMI	Fondo Monetario Internacional
FNSEA	Federación Nacional de Sindicatos de Explotaciones Agrícolas
GCM	Grupo Consultivo Mixto del Centro de Comercio Internacional UNCTAD/OMC
IAC	Institución(es) de Apoyo al Comercio
ISO	Organización Internacional de Normalización
MERCOSUR	Mercado Común del Sur
NAMA	Acceso al mercado no agrícola
NORAD	Agencia Noruega de Cooperación para el Desarrollo
OCDE	Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos
OIF	Organización Internacional de la Francofonía
OIT	Organización Internacional del Trabajo
OMC	Organización Mundial del Comercio
ONG	Organización no gubernamental
PMA	Países menos adelantados
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
PYME	Pequeñas y medianas empresas
SCM	Sistema Comercial Multilateral
SSTP	Programa de Promoción del Comercio Sur-Sur
TABD	Diálogo Empresarial Transatlántico
TIC	Tecnología de la información y las comunicaciones
TRTA	Asistencia técnica en materia de comercio
TSS	Sección de Comercio de Servicios
UE	Unión Europea
UEMOA	Unión Económica y Monetaria del África Occidental
UIT	Unión Internacional de Telecomunicaciones
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
UNICE	Unión de las Industrias de la Comunidad Europea
WWF	Fondo Mundial para la Naturaleza

INTRODUCCIÓN

1. La propuesta para establecer un Fondo Fiduciario Global (FFG) y un Comité Consultivo fue adoptada en la vigésimo octava reunión del Grupo Consultivo Mixto (GCM) en junio de 1995. La puesta en marcha de las actividades financiadas por el FFG comenzó a principios de 1996.

2. En 2005, el FFG continuó siendo un mecanismo de suma utilidad para ampliar el alcance de las actividades de cooperación técnica del CCI. El Fondo, que complementa el presupuesto ordinario del CCI, permitió al Centro prestar ciertos servicios a países asociados y realizar actividades sobre el terreno para un mayor número de beneficiarios. Seis programas de la Vertiente II estuvieron en operación en el 2005.

3. Los recursos y actividades combinados y que se apoyan mutuamente bajo las Vertientes I y II permitieron que el CCI respondiera eficazmente a las necesidades comunes de los países asociados. En particular, la Vertiente I permitió al CCI asegurar la disponibilidad de expertos altamente calificados, aumentando de ese modo la gama de funciones complementarias relacionadas con el comercio que ofrece la organización. Una nueva Vertiente III, creada a principios de 2005, facilitó las aportaciones de los donantes para la cofinanciación de programas conjuntos específicos del CCI y la Comisión Europea.

EL COMITÉ CONSULTIVO

4. El Comité Consultivo, presidido por el Director Ejecutivo del CCI, asesora a la secretaría del CCI sobre la utilización del Fondo y garantiza su transparencia.

5. El Comité está integrado actualmente por 19 miembros: Alemania, Canadá, China, Cuba, Dinamarca, Federación de Rusia, Finlandia, India, Irlanda, Madagascar, Nepal, Nigeria, Noruega, Países Bajos, Reino Unido, República Islámica del Irán, Suecia, Suiza y Venezuela. Además, atendiendo a sus solicitudes, se ha otorgado la condición de observadores a los siguientes países: Argelia, Argentina, Austria, Bélgica, Brasil, Bulgaria, Camerún, Chile, China, Comisión Europea, Egipto, Eslovenia, Estados Unidos, Etiopía, Francia, Italia, Japón, Malta, Pakistán, Panamá, Perú, Rumania, Túnez y Turquía.

6. De acuerdo con los procedimientos de trabajo del Comité, los miembros son nombrados por un periodo de un año entre reuniones anuales del GCM. El Comité recomienda, como en años anteriores, que cada grupo regional decida si su representación debe prorrogarse otro año o si desea sustituir a uno o a todos sus representantes por nuevos miembros, teniendo debidamente en cuenta la necesidad de garantizar la continuidad de la labor del Comité. Del mismo modo, cualquier país interesado en presentarse para representar a su región debe solicitar la condición de observador para familiarizarse con los procedimientos del Comité antes de ocupar formalmente el lugar del miembro saliente.

7. El Comité se ha reunido dos veces en 2005 para analizar las propuestas de asignación de fondos de la

secretaría del CCI bajo la Vertiente I y el progreso de los cuatro programas en curso financiados por la Vertiente II, a saber: “Desarrollo Empresarial y los Acuerdos de la OMC (World Trade Net)”, “Promoción del Comercio Sur-Sur” y “Pasarela hacia el Comercio Electrónico para PYME – Un programa de desarrollo de capacidades para el comercio facilitado electrónicamente” y el “Programa de Reducción de la Pobreza a través de las Exportaciones (PRPE)”. También ha debatido y aprobado dos nuevos programas de la Vertiente II, “Creación de Capacidades en el Diseño y la Gestión de Estrategias de Exportación” y “ServiceExportNet” que iniciaron operaciones en junio de 2005. En su informe de resultados bajo las Vertientes I y II, el Comité señaló que, a pesar de que el CCI había realizado importantes progresos en la presentación de informes de impacto de los programas de la Vertiente II, debería continuar trabajando en este sentido. Asimismo, para poder informar de un modo más analítico sobre el uso de los fondos de la Vertiente I, el CCI debería seguir presentando logros seleccionados bajo dicha Vertiente, como hizo por vez primera en 2005, a fin de ilustrar resultados.

8. El Comité tomó debida nota de la petición de la secretaría a los gobiernos donantes para que fueran más rápidos a la hora de finalizar y transferir las aportaciones al FFG. En 2005 el CCI ha continuado sufriendo demoras en la recepción de los fondos, lo que a su vez ha retrasado la programación y el desarrollo de sus actividades. Esta situación podría evitarse si los donantes anunciaran sus intenciones antes de que finalice el año civil.

VERTIENTE I

9. Las contribuciones de la Vertiente I se utilizan primordialmente para financiar asesoramiento técnico, actividades de desarrollo de programas en áreas prioritarias convenidas por el GCM y actividades específicas por país – principalmente la formulación de programas a medida – y para las que no se dispone de recursos suficientes en el presupuesto ordinario y otras fuentes. También se financian otras actividades de apoyo a la labor del CCI, como misiones, reuniones de expertos y evaluaciones independientes. Se trata de contribuciones no reservadas que asigna periódicamente la secretaría del CCI sobre la base de las necesidades más urgentes, teniendo debida cuenta de los parámetros establecidos por el Comité Consultivo.

10. Según la práctica habitual, los recursos disponibles en un año dado son asignados hasta mayo del año siguiente, es decir, cuando se anuncian o confirman nuevas promesas de contribuciones en las reuniones anuales del GCM. Esto asegura la continuidad de las competencias técnicas financiadas por el FFG y también permite financiar actividades que deben iniciarse antes de que nuevas contribuciones sean disponibles.

Primera mesa redonda internacional de la red SMF-GCCSI

La primera mesa redonda internacional del CCI sobre la red SMF-GCCSI, financiada por la Vertiente I y organizada conjuntamente con el Centro de Formación en Comercio Exterior (FTTC) de Egipto, se celebró en El Cairo del 24 al 26 de enero de 2005. Reunió a más de 50 especialistas de 34 países de todo el mundo, en su mayor parte de las instituciones que pertenecen en la actualidad a la red SMF-GCCSI, pero también de instituciones en vías de adhesión a la misma. Los participantes calificaron la mesa redonda de altamente satisfactoria porque les brindó la oportunidad de aprender unos de otros acerca de las mejores prácticas para el diseño y la puesta en marcha de sus programas de apoyo al asesoramiento y la formación de SMF-GCCSI, y para encontrar soluciones prácticas a sus necesidades. Asimismo, el evento les permitió conceptualizar, debatir y planificar nuevas iniciativas y actividades, incluidos proyectos comunes para brindarse apoyo mutuo a la hora de desarrollar sus programas. En la mesa redonda se formularon propuestas y recomendaciones concretas en ocho áreas principales y se establecieron varios grupos de trabajo para proseguir con la puesta en práctica de las mismas.

11. El total de fondos disponibles en 2005 ascendió a US\$ 4,67 millones, un aumento del 8% respecto a 2004 (US\$ 4,34 millones). A continuación se proporciona un panorama general de la utilización de estos fondos a finales de diciembre de 2005, dentro de la diversas subvertientes:

- **Plantilla de personal esencial** (US\$ 1.303.409). Esta subvertiente permitió financiar parcialmente 12 expertos de alto nivel en áreas especializadas, en las que el CCI necesita mantener el nivel de competencia profesional para cumplir adecuadamente su mandato. Este personal se financió también con otras fuentes, como asignaciones a proyectos nacionales y de varios países, el presupuesto de gastos de apoyo y en la medida de lo posible usando los puestos vacantes con cargo al presupuesto ordinario. Esto fortaleció la capacidad del CCI para prestar servicios en campos como la exportación de servicios, análisis de mercado, desarrollo de la gestión empresarial, embalaje de las exportaciones, aspectos jurídicos del comercio exterior, control de calidad de las exportaciones y promoción empresarial.
- **Misiones del personal del CCI** (US\$ 44.280). Estas misiones estaban relacionadas con el programa normal de trabajo. Se emprendieron para distintos propósitos, que incluyen la participación en reuniones especializadas y la coordinación con organizaciones actual o potencialmente asociadas y que no podían financiarse con el presupuesto ordinario.
- **Actividades de desarrollo de programas** (US\$ 514.877). Esta subvertiente financió actividades para fortalecer las capacidades de investigación y prestación de servicios del CCI. Los fondos se destinaron, entre otros temas: a la creación de una red internacional de embalaje; a la mejora de la transparencia del comercio de servicios, añadiendo la información relativa a Trademap; y al desarrollo de herramientas del CCI, como los “Sistemas de gestión de la seguridad de los alimentos” y los “Sistemas de gestión medioambiental” (Indicadores de aptitud, desarrollados conjuntamente con la ISO).

**Creación de capacidades de exportación entre
proveedores de servicios con discapacidades
(fases I y II)**

La mayoría de los países en desarrollo han tradicionalmente desaprovechado el potencial de los exportadores de servicios con discapacidades. Los fondos de la Vertiente I permitieron al CCI estudiar la posibilidad de abordar este problema. Durante la fase I, el CCI documentó en seis países de América Latina más de 160 casos de proveedores de servicios con discapacidades que mantenían relación con clientes extranjeros. Algunos de los casos se refieren a personas con dificultades motrices, sensoriales y cognitivas. Los servicios abarcaban diferentes ámbitos, como la banca, el turismo, la traducción, el apoyo técnico, la biblioteca electrónica y el control de calidad de los productos de cuidado personal. Se desarrollaron metodologías operativas para crear las capacidades institucionales necesarias entre las ONG que ayudan a personas discapacitadas. En la fase II del proyecto, el CCI y una ONG brasileña probarán las metodologías en Brasil, con la colaboración de las IAC nacionales. El proyecto se dirige tanto a la PYME como a proveedores de servicios independientes que: i) desarrollen actualmente su actividad en el ámbito local y deseen exportar; ii) no estén rindiendo al máximo de sus posibilidades; y iii) necesiten mayores capacidades para satisfacer la creciente demanda de servicios. Esta misión combina de un modo innovador los conocimientos del CCI sobre el comercio de servicios y los conocimientos técnicos locales sobre la integración económica de los profesionales con alguna discapacidad.

- **Formulación de programas a medida y actividades para determinados países o regiones** (US\$ 377.724). Los fondos asignados dentro de esta subvertiente permitieron al CCI satisfacer las solicitudes de países específicos en

materia de asistencia al desarrollo de proyectos y programas, según la evaluación de sus necesidades y la metodología de diseño de programas. También fue posible reaccionar rápidamente a las solicitudes de actividades específicas de cooperación técnica a pequeña escala, que no podían financiarse de otras fuentes. Además, la subvertiente permitió al CCI mantener y fortalecer el diálogo con los beneficiarios. Los fondos se destinaron, entre otras, al desarrollo de un proyecto de gran escala para la mejora de la competitividad del sector del vestido en América Central y a ayudar al Ministerio de Turismo de El Salvador a evaluar el sector de la gestión empresarial en el turismo y a desarrollar una estrategia para el mismo.

- **Reuniones de expertos** (US\$ 162.000). Esta subvertiente permitió poner en marcha iniciativas tales como la LegaCarta del CCI, un sistema multilingüe en Internet sobre modelos de leyes comerciales, tratados de comercio multilaterales e instrumentos, diseñados para asistir a las organizaciones de promoción del comercio, responsables políticos e instituciones académicas a optimizar el marco nacional jurídico sobre comercio internacional – en el transcurso de un taller de trabajo de cuatro días de duración celebrado en Ginebra.
- **Evaluaciones.** No se llevó a cabo ninguna evaluación con la financiación de la Vertiente I.
- **Otras actividades** (US\$ 130.000). Esta subvertiente se creó en 2004 para financiar las actividades de promoción para las exportaciones de productos orgánicos de los PMA y otros países en desarrollo con bajos ingresos.

Informes de avance sobre los programas de la Vertiente II

12. Los siguientes apartados describen las actividades que se han llevado a cabo dentro de los seis programas de la Vertiente II que estuvieron en funcionamiento durante 2005.

I. Promoción Empresarial para el Comercio (World Tr@de Net) – (INT/W2/13A)

Introducción

13. La red World Tr@de Net amplió su cobertura para incluir 62 redes de actores públicos y privados en África, Asia, América Latina y el Caribe, Europa Oriental y Sudoriental, el Cáucaso y Asia Central. Las redes existentes proporcionaron una plataforma para que los representantes empresariales y oficiales de comercio estudiaran las implicaciones de las negociaciones en curso de la OMC y de los acuerdos regionales y bilaterales, en el marco institucional y reglamentario en que la empresa desarrolla su actividad. Las actividades de 2005 se centraron principalmente en los temas más importantes de la negociación previa a la Conferencia Ministerial de la OMC en Hong Kong, con el fin de promover la promoción empresarial para asegurar que se reflejaran de un modo preciso las prioridades empresariales establecidas en las posiciones negociadoras antes de las “aproximaciones de julio” de 2005 y en la Declaración de Hong Kong. Los socios empresariales del CCI en las economías en desarrollo y en transición intensificaron su participación proactiva en el diseño del sistema comercial multilateral (SCM), tal y como se refleja por el aumento cualitativo y cuantitativo del número de

peticiones de apoyo de la World Tr@de Net.

14. En 2005, se persiguieron los objetivos principales de World Tr@de Net mediante:

- El suministro a los miembros de las redes nacionales de información actualizada sobre las implicaciones empresariales de los sectores prioritarios en las negociaciones de Doha; y
- El apoyo a las comunidades empresariales mediante actividades de la red para definir y situar mejor sus intereses con respecto al SCM y lograr un resultado equilibrado de las negociaciones de Doha.

Logros

15. Información comercial y material de apoyo a medida. Con el fin de alimentar un diálogo del sector público – privado contando con la debida información entre la comunidad empresarial y los negociadores comerciales y permitir la realización de aportaciones significativas a las Negociaciones de Doha, se ofreció a los miembros de World Tr@de Net la información pertinente desde el punto de vista comercial y materiales de referencia. Los materiales informativos incluyen guías empresariales revisadas, informes de avance sobre seis campos de negociaciones claves para las empresas (agricultura; acceso al mercado para productos no agrícolas; servicios; párrafo 6 de la Declaración Ministerial de Doha sobre el Acuerdo de los ADPIC y la Salud Pública; negociaciones con la OMC sobre el establecimiento de un registro multilateral de denominaciones geográficas para vinos y bebidas alcohólicas, así como otros temas pendientes). Las actualizaciones se publicaron en enero y septiembre de 2005 y fueron traducidas al francés y al español. A través de sus boletines

Crecimiento de la World Tr@de Net

- En 2005 se crearon diez nuevas redes, aumentando el número de redes nacionales a 62.
- El número total de representantes empresariales en las delegaciones de los países en desarrollo que asistieron a las Conferencias Ministeriales de la OMC aumentó de 99 en Cancún a 144 (sin contar los observadores) en Hong Kong.
- Aumento de las asociaciones organizadoras de las actividades B4D (financiadas por el Departamento de Estado de los Estados Unidos, ASDI y la **seco**):
 - B4D en Macao (China) organizado en colaboración con la UNCTAD, B4D en Hong Kong (China) organizado en colaboración con la ACICI.
 - Representantes empresariales de los países desarrollados en B4D: Unión de Industrias de la Comunidad Europea (UNICE), Diálogo Empresarial Transatlántico (TABD), Consejo Consultivo Empresarial del APEC (ABAC), Federación Europea de la Industria Farmacéutica (EFPIA), Foro Europeo de Servicios (ESF), Consejo Europeo de la Industria Química (CEFIC), Confederación de Asociaciones Nacionales de Curtidores de la Unión Europea (COTANCE), federaciones nacionales de trabajadores, federaciones nacionales de agricultores.
 - Parlamentarios e investigadores comerciales de países desarrollados y países en desarrollo se unieron a los equipos nacionales de participantes.

Publicaciones y página web de World Tr@de Net

Página web de World Tr@de Net, 2003–2005

	2003	2004	2005
Promedio de visitas al mes	4.986	5.963	12.088
Total de visitas anuales	59.837	71.553	145.060

Publicaciones de World Tr@de Net, 2004–2005

Título	Artículos	Idiomas	Publicado	Distribuido (2004)	Distribuido (2005)
<i>Guía para la Comunidad Empresarial: El Sistema Mundial de Comercio</i>	1	E / F / S	1999	726	943
<i>Guía para la Comunidad Empresarial: Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios</i>	1	E / F / S	2000	796	1,005
<i>Business Guide to Trade Remedies</i>	4	E	2003/2004	655	963
<i>Informes de avance de las negociaciones de la OMC*</i>	5	E / F / S	Actualizaciones (dos al año)	6.900	7.400
Otras publicaciones*	17	E / F / S	2000-2005	5.663	9.704
Total	28			14.740	20.015

* Como se pueden obtener gratuitamente vía Internet, el alcance real supera esta cifra.

informativos mensuales, que se distribuyen a todos los miembros de las redes nacionales y a los que se puede acceder por Internet, la World Tr@de Net proporciona información actualizada sobre las negociaciones de Doha, los asuntos relacionados con el acceso a la OMC, las revisiones de la política comercial (TPR), los asuntos relativos a la resolución de litigios, así como las negociaciones comerciales regionales y bilaterales de interés específico para los operadores empresariales. Se distribuyeron publicaciones, documentos técnicos, informes de avance y versiones actualizadas de los paquetes de información sobre los OTC y las MSF en los eventos de World Tr@de Net, y las reuniones de El Sector Empresarial y el Desarrollo (B4D) y JITAP. Existe una amplia selección de materiales informativos, incluidos documentos nacionales y casos prácticos sobre cuestiones sectoriales correspondientes al SCM, en la página Web (www.intracen.org/worldtradenet).

16. Redes nacionales. Se crearon nuevas redes públicas-privadas tras las reuniones iniciales en otros 10 países miembros (Bolivia, Colombia, Côte d'Ivoire, Ecuador, Federación de Rusia México, Panamá, Paraguay, Perú y Venezuela). Los planes de acción, desarrollados conjuntamente por representantes empresariales y funcionarios comerciales, concedieron prioridad a las actividades de capacitación y de formación del programa y/o de otros TRTA.

17. El programa de donaciones World Tr@de Net patrocinó iniciativas nacionales, diseñadas y puestas en marcha por los promotores del país con la ayuda del equipo del CCI. Entre esas actividades se incluyó la organización de sesiones informativas y la divulgación de materiales informativos sobre cuestiones relacionadas con el SCM, la organización de talleres de trabajo sobre los acuerdos comerciales regionales de la OMC, así como temas relativos al comercio de servicios. Mediante la provisión de donaciones, World Tr@de Net financia las actividades del SCM relacionadas con la aplicación de Market Access y Trade Maps en 13 países miembros: Albania, Bangladesh, Bulgaria, Camboya, Malawi, Mongolia, Mozambique, Nepal, Nigeria, Pakistán, República de Moldova, Trinidad y Tabago y Viet Nam.

18. Las redes nacionales y sus promotores han servido también como eje central para la preparación de las reuniones de El Sector Empresarial y el Desarrollo (ver abajo), mediante la selección de participantes, el debate de aspectos prioritarios y la presentación de casos prácticos y documentos sobre países. Sin ese importante trabajo llevado a cabo por las redes de África, Asia, América Latina y el Caribe y Europa del Este y Asia Central, no podrían haberse llevado a cabo las juntas regionales temáticas. Por último, pero no por ello menos importante, la labor de las redes nacionales, junto con las competencias desarrolladas por la World Trade Net, ha sido fundamental para identificar las necesidades de los

operadores empresariales relativas a los acuerdos de la OMC y a otros acuerdos comerciales que pueden ser abordados por otros programas TRTA.

19. Actividades para establecer contactos e intercambio de experiencias entre los miembros de la red. A petición de sus miembros de América Latina, la World Tr@de Net organizó los días 1 y 2 de noviembre en Buenos Aires (Argentina) un taller de trabajo regional que reunió a los participantes de las principales asociaciones de agricultores, productores agrícolas y exportadores, y a negociadores comerciales de la región de América Latina y el Caribe. El evento, titulado “Promoción Empresarial para el Comercio en la Agricultura: Lecciones para Hong Kong y más allá”, fue organizado conjuntamente por la Cámara de Exportadores de la República Argentina. El taller proporcionó información de primera mano sobre las negociaciones comerciales multilaterales en materia de agricultura, teniendo en cuenta los últimos avances, incluidos los acuerdos regionales. También proporcionó a los participantes un espacio para intercambiar opiniones sobre la promoción empresarial en la agricultura, incluidas las oportunidades de establecimiento de contactos en el plano regional. Los países asistentes fueron: Argentina (anfitrión), Bolivia, Brasil, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, Guatemala, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, República Dominicana, Trinidad y Tabago, Uruguay y Venezuela.

20. El Sector Empresarial y el Desarrollo y otras aportaciones de World Tr@de Net. Dado el éxito de la iniciativa El Sector Empresarial y Cancún llevada a cabo en 2003 y las primeras actividades puestas en marcha en 2004 en el marco del Programa World Tr@de Net, en 2005 se inició la iniciativa El Sector Empresarial y el Desarrollo. Su objetivo principal consistió en enriquecer el diálogo, en el ámbito regional, entre las empresas y los negociadores comerciales para permitir una mejor y más transparente consideración de las aportaciones empresariales por los gobiernos en las negociaciones de la OMC. A lo largo de todo el año, estas actividades se financiaron gracias a las aportaciones económicas del Departamento de Estado de los Estados Unidos y de la Seco.

21. Gracias al firme apoyo de la Secretaría de la OMC, la UNCTAD, las delegaciones de Ginebra y la CESAP, el programa B4D desarrolló asociaciones con la ACICI, el FMI y el Banco Mundial, e incrementó el grado de colaboración con organismos de investigación comercial (ArtNet), asociaciones empresariales especializadas (UNICE, TABD, ABAC, FICCI) y parlamentarios. En 2005, cuatro reuniones del B4D contribuyeron a fomentar una cultura de promoción empresarial en Asia-Pacífico, el Cáucaso, Asia Central, América Latina y Europa Sudoriental.

22. En vísperas de la Conferencia Ministerial de la OMC en Hong Kong, el CCI unió fuerzas con socios locales e internacionales en una serie de

eventos de B4D para expresar las preocupaciones de las empresas sobre el Programa de Doha para el Desarrollo. Los eventos proporcionaron un foro para el intercambio de opiniones sobre las implicaciones empresariales de los temas que negociaba la OMC y contribuyeron a que los participantes comprendieran mucho mejor las cuestiones más importantes relacionadas con el comercio regional y sus consecuencias para el sector empresarial antes de que las negociaciones de la Ronda de Doha llegaran a su fin.

23. B4D también abordó asuntos específicamente importantes para la integración regional y el acceso a la OMC. La iniciativa respaldó algunas propuestas constructivas sobre cómo integrar las prioridades empresariales en las negociaciones de la OMC de un modo más efectivo y permitió el intercambio de experiencias entre los profesionales de la promoción empresarial mientras revisaba el impacto del diálogo entre el sector público y el privado sobre asuntos de comercio.

24. En Asia-Pacífico, los representantes empresariales aprovecharon la oportunidad de un diálogo, organizado conjuntamente por la CESAP y el CCI, para expresar sus opiniones en un acto que acogió el Gobierno de Macao (China) del 4 al 6 de octubre, titulado “Desarrollo de la Ronda de la OMC: Un diálogo de alto nivel entre el gobierno y las empresas sobre el desarrollo.” El evento, de tres días de duración, acogió una serie de debates interactivos, moderados por expertos de la CESAP, el CCI, la OMC, el FMI, el Banco Mundial y ARTNeT, entre más de 30 asociaciones empresariales privadas y unas 140 personas que representaban a 25 gobiernos.

25. En Europa Sudoriental, la World Tr@de Net se unió a la Cámara Croata de Economía para el diálogo “Retos para el sector empresarial y el gobierno en el camino a la Conferencia Ministerial de la OMC en Hong Kong”, celebrado en Dubrovnik (Croacia) el 25 y 26 de octubre. En este encuentro se analizó la situación de las negociaciones de la OMC, incluidas las negociaciones en curso sobre agricultura, acceso al mercado para los productos industriales, servicios y facilitación del comercio y se abordaron además otros asuntos, sobre todo la integración regional y el acceso a la OMC. El evento reunió a responsables políticos y dirigentes empresariales de Europa Oriental y Sudoriental, el Cáucaso y Asia Central para debatir de forma interactiva los asuntos relativos a la Ronda de Doha y el acceso a la OMC. Los países participantes fueron: Albania, Armenia, Azerbaiyán, Belarús, Bosnia y Herzegovina, Bulgaria, Federación de Rusia, Georgia, Kazajistán, Kirguistán, Macedonia, República de Moldova, Rumania, Serbia y Montenegro, Tayikistán, Ucrania y Uzbekistán.

26. Finalmente, en vísperas de la Sexta Conferencia Ministerial de la OMC, 50 países estuvieron representados en el acto “Un Foro Empresas-Gobierno en Hong Kong”, celebrado los días 11 y 12 de diciembre. El foro, en el marco de

las negociaciones de la OMC, trató de alimentar un diálogo del sector público – privado y de ayudar a comprender mejor las implicaciones empresariales y las formas de definir conjuntamente las prioridades centrándose en los mecanismos para promover las preocupaciones de la empresa. Entre los ponentes había representantes de diferentes organizaciones, por ejemplo UNICE y FNSEA, (Francia), FICCI (India), ESF, ABAC y TABD. El foro lo organizaron conjuntamente el CCI y la ACICI, en colaboración con la Secretaría de la OMC. Entre los participantes se encontraban representantes de PMA, países en desarrollo, economías en transición y países desarrollados.

27. La plataforma para establecer contactos de World Tr@de Net, así como los conocimientos de su equipo y la documentación a medida constituyeron la base de dichas reuniones. La infraestructura de red sirvió no sólo para diseñar, preparar y organizar las reuniones de El Sector Empresarial y el Desarrollo, sino también para que los aspectos clave volvieran al terreno nacional para un debate más detallado en las redes público-privadas de World Tr@de Net.

28. Las contribuciones del material informativo y técnico de World Tr@de Net se solicitan y valoran cada vez más en otros foros relacionados con el comercio, al aportar la perspectiva empresarial necesaria sobre aspectos de la OMC y las negociaciones comerciales, destacar las implicaciones de las actividades de la OMC para las empresas y recalcar la importancia de la promoción empresarial para los países en desarrollo en la creación de políticas comerciales. En este sentido, las competencias y los conocimientos desarrollados por el equipo de la World Tr@de Net han resultado imprescindibles para diseñar y poner en marcha otros programas TRTA patrocinados por donantes bilaterales (por ejemplo: UE y ATF).

Perspectivas para 2006

29. A pesar de los modestos resultados, la Conferencia Ministerial de Hong Kong ha impulsado definitivamente las negociaciones de la Ronda de Doha a su fase final, con fecha límite 30 de abril de 2006. Los sectores de negocio de los países en desarrollo desean jugar un papel de promoción empresarial más activo con sus respectivos gobiernos y han expresado la necesidad de estar habilitados adecuadamente mediante la creación de capacidades. Para ello, los socios empresariales en los países en desarrollo y las economías en transición cada vez recurren más al CCI para recibir ayuda de la World Tr@de Net. La promoción empresarial asume un papel aún más importante en un punto tan crucial de las negociaciones ya que puede crear las condiciones que permitan al gobierno tomar decisiones principalmente basadas en los intereses económicos y comerciales.

30. Durante 2006, resultará prioritario mantener informados a los miembros sobre las implicaciones empresariales de la ronda de Doha, con temas cada vez más específicos. Las publicaciones y el material técnico se adaptarán en consecuencia. Se unirán al programa los países que han mostrado su interés por formar parte de la World Tr@de Net, incluidos Azerbaiyán, Belice, Benin, China, Congo, Serbia y Montenegro y Uruguay. Se llevará adelante la iniciativa B4D, con dos reuniones programadas para el primer semestre de 2006, la primera en Singapur, en colaboración con la CESAP, el Gobierno de Singapur y el CIID, seguida de otra reunión sobre las prioridades de los países del África subsahariana, con el apoyo de NORAD. Para mediados de 2006, el programa estará en disposición de satisfacer las necesidades específicas de asistencia técnica derivadas de los avances en las negociaciones de la OMC, hasta la finalización de la Ronda de Doha y más allá, durante su fase de aplicación.

SITUACIÓN PRESUPUESTARIA
Promoción Empresarial para el Comercio (World Tr@de Net)
Al 31 de diciembre de 2005
(US\$)

Promesas de contribuciones 2005–2008						
	Gastos Jun.–dic. 05	Gastos proyectados Ene.–mayo 06	Total Jun. 05–mayo 06	Gastos proyectados Jun. 06–mayo 07	Gastos proyectados Jun. 07–mayo 08	PRESUPUESTO TOTAL
Personal de proyectos	239.602	274.004	513.606	820.000	820.000	2.153.606
Subcontratos	27.327	20.443	47.770	70.000	70.000	187.770
Formación de grupo	260.517	207.530	468.047	747.100	747.100	1.962.247
Equipo	0	0	0	5.000	5.000	10.000
Varios	33.683	3.330	37.013	57.900	57.900	152.813
(A) Total	561,129	505,307	1,066,436	1,700,000	1,700,000	4,466,436
(B) Promesas de contribuciones			1.066.436	0	0	1.066.436
(C) Sumas recaudadas			1.066.436	0	0	1.066.436
(C–B) Excedente/(Déficit) Sumas recibidas frente a promesas de contribuciones			0	0	0	0
(B–A) Excedente/(Déficit) Promesas de contribuciones frente al presupuesto necesario			0	(1.700.000)	(1.700.000)	(3.400.000)

II. Programa de Promoción del Comercio Sur-Sur (INT/W2/09)

Introducción

31. El Programa de Promoción del Comercio Sur-Sur (SSTP) consta de una serie de actividades destinadas a generar nuevas transacciones comerciales y de inversión entre los países en desarrollo y las economías en transición. Se trata de una actividad principal del CCI que incluye análisis del flujo comercial, estudios de la oferta nacional y de la demanda, reuniones sectoriales de compradores/vendedores y otros eventos para establecer contactos.

32. En 2005, el programa organizó varias reuniones de vendedores y compradores y tres encuentros empresariales que generaron transacciones comerciales por valor de US\$ 38,5 millones y reunieron a 434 empresas de más de 60 países en desarrollo, incluidos 22 PMA. Se prepararon seis análisis del flujo comercial regional y 55 estudios sobre la oferta y la demanda en colaboración con las IAC locales y con consultores nacionales. Además de los seminarios de formación organizados en cada una de las reuniones entre compradores y vendedores para fortalecer la competitividad de las PYME, talleres de trabajo diseñados a medida, para fortalecer la capacidad de las IAC en la gestión de la información comercial y la investigación de mercado, fueron organizados en Dakar (Senegal), Kinshasa (República Democrática del Congo) y Vientiane (República Democrática Popular Lao).

Impacto en el desarrollo de las exportaciones

En noviembre de 2005 se inició un estudio para evaluar las exportaciones realmente generadas como consecuencia directa de los eventos del SSTP celebrados en 2003–2004, midiendo así el impacto real de sus actividades. Los primeros resultados del estudio ya muestran que algunas empresas que participaron en cinco reuniones de compradores y vendedores consiguieron exportar productos por valor de US\$ 13 millones.

- Una empresa de Côte d'Ivoire exportó textiles por valor de 1,8 millones de euros a la República Democrática del Congo. Esto permitió a la empresa mantener 2.000 puestos de trabajo que estaban amenazados de despido por las condiciones prevalentes en el país.
- Una empresa de alimentación de Kenya exportó cereales por valor de más de US\$ 3 millones a ONGs y organismos de ayuda humanitaria de las Naciones Unidas.
- En América Latina, un fabricante peruano de productos de medicina natural triplicó sus ventas anuales a Brasil, llegando a US\$ 180.000.

Logros

33. **África y la región Árabe.** En el marco del proyecto CCI/PNUD dirigido a relacionar empresas de la PYME de Kenya con los mercados de exportación, se celebró en febrero una reunión de compradores y vendedores, de forma paralela a la feria Gulfood 2005, en Dubai. Ocho exportadores de productos agrícolas y hortícolas de Kenya establecieron relaciones comerciales con importadores de Bahrein, Kuwait, Omán, Qatar, Emiratos Árabes Unidos y Arabia Saudita. Como consecuencia, se establecieron nuevos canales de distribución para los productos de Kenya.

34. En colaboración con la OIF y con el fin de promover la expansión del comercio intra e interregional entre la CEMAC y la UEMOA, se celebraron dos reuniones de compradores y vendedores para productos del sector de la alimentación y de la madera respectivamente. Al primer evento, que tuvo lugar en Malí en marzo, asistieron 75 PYME de Benin, Burkina Faso, Camerún, Chad, Congo, Côte d'Ivoire, Gabón, Ghana, Madagascar, Guinea, Malí, Níger, Uganda y Senegal. En el segundo evento, celebrado en octubre en Libreville, participaron 24 empresas de Benin, Camerún, Congo, Gabón, Malí y Togo. Respecto a ambas reuniones, se anunciaron transacciones comerciales que superaron los US\$ 1,5 millones.

35. En junio, El Programa de Promoción del Comercio Sur-Sur prestó sus servicios de búsqueda de intereses comunes en la *Cumbre Económica para África*, organizada en Ciudad del Cabo por el Foro Económico Mundial (FEM) para 48 empresas de Botswana, Francia, Ghana, Kenya, Malawi, Mauricio, Mozambique, Namibia, Nigeria, Sudáfrica, Uganda, Suecia, Suiza, Reino Unido y Zimbabwe. Los servicios prestados por el SSTP añadieron a la cumbre valor de promoción de contactos mediante el establecimiento de nuevos arreglos empresariales entre los participantes.

36. En el marco de la iniciativa *Comprar en África para África*, el CCI organizó en septiembre un encuentro entre compradores y vendedores en Dakar para animar a las agencias internacionales de ayuda humanitaria a comprar más a las empresas africanas, con el fin de generar empleo local. El evento cubrió alimentos, productos agrícolas, agua, sanidad, refugio y artículos de protección personal y de casa, y participaron en él 21 organismos de ayuda y 49 empresas de Benin, Burkina Faso, Camerún, Côte d'Ivoire, Ghana, Malí, Marruecos, Níger, Nigeria, Senegal y Túnez. Se generaron transacciones comerciales por valor de US\$ 17 millones y 34 empresas lograron registrarse en las bases de datos de proveedores de los organismos.

37. En el marco del proyecto CCI/PNUD *Relanzamiento de la Integración Económica Subregional de los Estados de África Central*, en septiembre se celebró un taller de trabajo en Kinshasa para identificar los sectores con posibilidades de desarrollar el comercio interregional en Angola, Burundi, Camerún, República Centroafricana, Chad, Congo, República Democrática del Congo, Guinea Ecuatorial, Gabón, Rwanda y Santo Tomé y Príncipe. El personal de 22 IAC y organizaciones del sector privado recibieron formación sobre la metodología del SSTP y los estudios de mercado. Los sectores prioritarios seleccionados fueron: alimentación, madera, pesca y servicios.

38. Dentro del programa “Bridges Across Borders” del CCI, en febrero se organizaron varios eventos en Zambia y en diciembre en Sudáfrica. El SSTP organizó dos sesiones de consultas bilaterales para 171 asociaciones de proveedores de servicios e IAC de Angola, Botswana, Ghana, Kenya, Lesotho, Malawi, Mozambique, Namibia, República Unida de Tanzania, Sudáfrica, Swazilandia, Uganda y Zambia. Los participantes intercambiaron experiencias e información sobre los modelos efectivos y estudiaron la posibilidad de desarrollar alianzas estratégicas para enfrentarse a los nuevos mercados.

39. Además de las reuniones de compradores y vendedores, el SSTP contribuyó a la creación de una red institucional en cada uno de los países miembros de la CEMAC y la UEMOA para la gestión de la información comercial y el intercambio de oportunidades empresariales entre las IAC, y para mejorar los conocimientos de las PYME sobre el embalaje de exportación para los productos alimenticios y sobre el procesamiento de la madera tropical.

40. En la Región Árabe, el SSTP proporcionó ayuda técnica al Centro para la Promoción de Inversiones y Desarrollo de Exportaciones de Omán con el fin de aumentar las exportaciones desde Omán a la República Unida de Tanzania. En este contexto, se celebró en septiembre una reunión de compradores y vendedores en Dar-Es-Salaam, en colaboración con el Consejo de Comercio Externo (BET). Las 38 empresas participantes dieron cuenta de transacciones comerciales efectuadas por valor de US\$ 1 millón.

41. **Asia.** AsiaHealthCare 2005 se celebró en Singapur en noviembre para proporcionar a las PYME del sector de productos farmacéuticos y naturales una plataforma para desarrollar alianzas comerciales y estratégicas. Entre los participantes se incluían 100 PYME de Bangladesh, Brasil, Camboya, China, India, Indonesia, Malasia, Myanmar, Nepal, Pakistán, Filipinas, República Democrática Popular Lao, Singapur, Sri Lanka, Tailandia y Viet Nam. Las empresas participantes lograron poner en marcha acuerdos de asociación en materia de producción, distribución, subcontratación y transferencia de tecnología, y anunciaron ventas que superaron US\$ 1 millón.

Impacto en la cooperación Sur-Sur

En 2005, dos iniciativas del SSTP dirigidas a promover el comercio de los productos farmacéuticos y naturales, concretamente AsiaHealthCare y LatinPharma, permitieron establecer nuevas formas de cooperación entre empresas:

- Una empresa argentina acordó con dos empresas de Chile y Ecuador desarrollar conjuntamente un fármaco: la empresa argentina aporta sus conocimientos técnicos sobre la fabricación del producto químico, mientras que la empresa ecuatoriana y la chilena facilitan el acceso a las materias primas disponibles en su país.
- Tres empresas de Nicaragua, Perú y Venezuela consiguieron obtener a un precio más bajo en Brasil y Argentina productos naturales innovadores para las quemaduras de la piel, formulaciones galénicas para la cardiología infantil y un nuevo sistema de posología para los fármacos contra la diabetes. Esto facilitará el acceso a las medicinas para las comunidades pobres.
- Una empresa de Sri Lanka formó una asociación con empresas malayas y tailandesas para mejorar la pureza de las materias primas utilizadas en la producción de sus medicinas naturales.

42. En colaboración con la OIF, en noviembre se celebró un seminario en Vientiane para identificar los sectores con posibilidades para desarrollar el comercio interregional en Camboya, República Democrática Popular Lao y Viet Nam. El personal de 22 IAC y organizaciones del sector privado recibieron formación sobre estudios de mercado y otros asuntos comerciales. La alimentación y el procesamiento agrario, los productos de la industria ligera y ciertos productos primarios fueron seleccionados como sectores prioritarios.

43. **América Latina.** En septiembre se organizó LatinPharma 2005 en Santiago (Chile) para promover el comercio de los productos naturales y los medicamentos entre los países miembros de la Comunidad Andina de Naciones (CAN), MERCOSUR, Chile e India. Las 120 empresas participantes dieron cuenta de transacciones comerciales realizadas por valor de US\$ 18 millones y estudiaron varias formas de cooperación, como la fabricación contractual, el desarrollo conjunto de nuevos productos, la transferencia de tecnología y el registro conjunto de productos. Además, antes de la reunión de compradores y vendedores se celebró un debate en línea y varias conferencias y talleres de trabajo de formación que se centraron en el TRIPS, los aspectos de propiedad intelectual, los mecanismos regionales para promover el comercio entre las PYME, la armonización de normas sanitarias y los sistemas de gestión de calidad.

44. **Soluciones electrónicas.** Se desarrollaron varias herramientas para divulgar la información comercial a las empresas e IAC participantes en las reuniones de compradores y vendedores. Se creó una página web para LatinPharma 2005 que

funcionó como plataforma para un foro de debates en línea que reunió a más de 1.200 participantes. Se crearon cinco cibercafés en formato CD-ROM para reflejar las fuentes regionales y nacionales de datos estadísticos e información de mercadeo y de carácter jurídico. Tres de ellos fueron dedicados a los sectores de la alimentación, la madera y del suministro de productos de ayuda humanitaria en África, y otros dos al sector farmacéutico en América Latina y Asia.

Perspectivas para 2006

45. En 2006, el SSTP seguirá aumentando el número de arreglos de asociación con organizaciones públicas y privadas. En este sentido, World Vision International y el CCI realizaron auditorías conjuntas de las empresas participantes en la iniciativa *Comprar en África para África*. La Federación Brasileña de Industrias Farmacéuticas y la Asociación Latinoamericana de la Industria Farmacéutica se implicarán estrechamente en LatinPharma 2006 y contribuirán al desarrollo de nuevas ideas de proyecto para ayudar a los fabricantes latinoamericanos de productos farmacéuticos a cumplir con los requisitos de precalificación de la Organización Mundial de la Salud.

46. Asimismo, se prestará especial atención a la formación de alianzas con países clave para promover el uso de la cooperación Sur-Sur en las

actividades del programa. Por ejemplo, se están preparando nuevas iniciativas con el Ministerio de Comercio de la China y la Agencia de Cooperación de Brasil para proporcionar asistencia técnica a las empresas africanas y latinoamericanas en el sector del algodón, los productos orgánicos y los medicamentos. Esas actividades se ajustan a las últimas orientaciones de la Asamblea General de Naciones Unidas sobre cooperación entre los países en desarrollo. De hecho, en su decimosexta sesión celebrada en diciembre de 2005, la Asamblea General destacó que *“la cooperación Sur-Sur ofrece oportunidades viables para el desarrollo sostenible”* y recibe con satisfacción *“las iniciativas y las asociaciones que se están formando en el ámbito subregional, regional, interregional y global para mejorar y ampliar la cooperación Sur-Sur en materia de comercio e inversiones”*.

47. En la actualidad, continúa creciendo la demanda de actividades del SSTP en las regiones en desarrollo y la comunidad internacional anima a todas las partes interesadas y a las organizaciones de Naciones Unidas a intensificar sus esfuerzos para promover de un modo efectivo la cooperación Sur-Sur en el marco de las estrategias de desarrollo para lograr el crecimiento económico y reducir la pobreza. En este contexto, el SSTP continúa dirigiendo sus esfuerzos a apoyar a las IAC y a los agrupamientos económicos regionales a generar nuevas operaciones comerciales, puestos de trabajo e inversiones en el sur.

SITUACIÓN PRESUPUESTARIA
Promoción del Comercio Sur-Sur
Al 31 de diciembre de 2005
(US\$)

Promesas de contribuciones 2005-2008					
	Gastos Jun.-dic. 05	Gastos proyectados Ene.-mayo 06	Gastos proyectados Jun. 06-mayo 07	Gastos proyectados Jun. 07-mayo 08	Presupuesto total
Personal de proyectos	204.574	766.370	900.000	850.000	2.720.944
Subcontratos	3.390	27.120	90.000	120.000	240.510
Capacitación de grupo	190.105	89.797	245.000	265.000	789.902
Equipo	2.605	9.892	15.000	15.000	42.497
Varios	28.052	34.549	50.000	50.000	162.601
(A) Total	428.726	927.728	1.300.000	1.300.000	3.956.454
Promesas de contribuciones junio 2005 – mayo 2008 (tercera fase)					
	2005	2006	2007	TOTAL	
(B) Promesas de contribuciones	1.356.454	133.136	133.136	1.622.726	
(C) Sumas recaudadas	1.356.454	0	0	1.356.454	
(C-B) Excedente/(Déficit) Sumas recibidas frente a promesas de contribuciones	0	(133.136)	(133.136)	(266.272)	
(B-A) Excedente/(Déficit) Promesas de contribuciones frente al presupuesto necesario	0	(1.166.864)	(1.166.864)	(2.333.728)	

III. Programa Pasarela hacia el Comercio Electrónico para PYME (un programa de desarrollo de la capacidad para el comercio facilitado electrónicamente (INT/W2/08))

Introducción

48. El período considerado, enero de 2005 a mayo de 2006, marca la transición del programa a su segunda fase. El programa Pasarela hacia el Comercio Electrónico (ETB) se ha prolongado tres años para ofrecer sus ventajas a más PYME, elaborar casos de mejores prácticas, crear nuevos nexos regionales y centros nacionales, así como aumentar el número de formadores y asesores que utilizan el conjunto de ventajas que acumuló el programa durante la fase I.

49. El objetivo general del ETB era ayudar a las PYME a resolver el problema de la división digital. El programa ayudó a directores de empresa, IAC y responsables políticos a comprender y aplicar las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC).

50. En colaboración con los socios nacionales y regionales del CCI, el ETB se propone crear capacidades nacionales para ayudar a las empresas a superar la brecha digital para el comercio internacional. ETB es el único programa que vincula las TIC a la competitividad de las PYME integrando la competencia estratégica y de exportación de los responsables de empresa con las aplicaciones de comercio electrónico.

51. El enfoque del programa se basa en el reconocimiento de que las TIC pueden ayudar a las empresas a ser competitivas, pero no pueden sustituir la gestión efectiva y eficiente. El “Paradigma de Pasarela hacia el Comercio Electrónico”, que constituye la base de las publicaciones y actividades de este programa, basa la competitividad empresarial en tres pilares: **preparación para la gestión, preparación para la exportación y preparación para el uso de medios electrónicos**. Este enfoque ha sido validado sobre el terreno (30 países) a través de la investigación de la OECD y la UNCTAD. Los estudios revelan que, incluso en los países que disponen de una infraestructura de telecomunicaciones adecuada y un acceso suficiente, el uso de las TIC suele quedar a la zaga. Este fenómeno es conocido como “división del uso”.

52. La división del uso se debe sobre todo a la incapacidad de los directores de las PYME para tomar decisiones racionales sobre dónde y cuándo utilizar las TIC. Hasta el momento, los esfuerzos para abordar el tema de la división del uso se han orientado en función de la oferta. Los expertos que respaldan el enfoque del ETB sugieren que, salvo que se dote a los directores de las empresas con las capacidades y los conocimientos necesarios para dirigir el desarrollo de las herramientas digitales, la división seguirá existiendo.

53. Con el fin de resolver el problema de la división del uso, la fase II del ETB aspirará a lograr los siguientes objetivos:

- Crear y fortalecer las redes de servicios de desarrollo empresarial para ofrecer de una forma sostenible programas de formación y asesoramiento que integren la gestión, las exportaciones y la preparación para el uso de medios electrónicos con el fin de superar la división del uso y poder hacer que las empresas sean más competitivas.
- Ampliar y fortalecer la red electrónica para intercambiar información y desarrollar y difundir las herramientas de facilitación electrónica.
- Mejorar la competitividad internacional de las micro, pequeñas y medianas empresas aplicando las ventajas de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) a los procesos de gestión comercial

54. El componente “capacitación de PYME” de la fase II se ha desarrollado para ayudar a las PYME a resolver la división del uso mediante cursos de formación y asesoramiento sobre la gestión, exportación y preparación electrónica; esa capacitación la imparten formadores y asesores que han sido formados y titulados en el marco del programa.

55. Se continuará trabajando para crear nuevos nexos y centros nacionales, así como para fortalecer los que ya existen. La red creada durante la fase I permite al CCI ejecutar sus actividades del ETB sobre el terreno, lo que hace que la entrega de servicios sea más eficiente y que la red resulte más fortalecida.

56. Para facilitar la entrega de servicios, los programas “Formación para instructores” preceden al componente “capacitación”, lo que hace que se reduzcan los costes y que lleguen a un público más amplio.

Logros

57. De enero de 2005 a mayo de 2006, el programa ETB desarrolló los componentes que constituyen la base del programa, en inglés, francés y español.

58. Se han añadido a la cartera de herramientas del programa dos nuevas herramientas digitales recién desarrolladas, Compass (herramienta para el diseño de estrategias empresariales) y Snapshot (herramienta para supervisar la preparación para la gestión-exportación y la competencia electrónica). Asimismo, se publicaron dos manuales: “*Getting Paid: Un manual para utilizar las TIC para realizar cobros*” y “*Cumplir los Pedidos: Un manual para utilizar las TIC para operaciones internacionales de flete*”.

59. La publicación de “*Addressing the Use-Divide: E-Solutions for Business*” fue diseñada para enseñar a los directores de PYME cómo usar las TIC en las operaciones de pequeña escala y demostrar que se puede obtener una mayor efectividad y eficiencia incluso en situaciones en que la infraestructura es básica. En la actualidad se está elaborando un libro similar que aborda las actividades de gestión.

60. Los nexos han ganado la confianza de las organizaciones nacionales e internacionales y han obtenido el reconocimiento como prestigiosos organismos de formación en sus respectivos países y regiones. La ATIFTAP, el centro regional de ETB en Filipinas, organizó un encuentro regional en Manila en enero de 2005, en colaboración con el programa ETB. El evento reunió a varios representantes de alto nivel de instituciones de apoyo y de formación de la región. El objetivo de este encuentro consistía en fortalecer el papel y la visibilidad de la red del ETB en la región Asia Pacífico a través de la ATIFTAP. Los nuevos miembros de Bangladesh, Pakistán, Tailandia y Viet Nam expresaron su deseo de recibir formación en el campo del diagnóstico empresarial, gestión, exportación y competencia del comercio electrónico a fin de poder convertirse en centros nacionales.

Establecimiento de contactos en Filipinas

Tras el encuentro de Manila y para complementar las actividades de la ATIFTAP (el centro nacional de ETB para Asia Meridional y Asia Sudoriental), se puso en marcha un nuevo organismo, FitDev, para coordinar las actividades en el ámbito nacional. La ATIFTAP y FitDev firmaron un memorando de entendimiento. El Comité Supervisor del Congreso para la Legislación del Comercio Electrónico en Filipinas invitó a la ATIFTAP a presentar su programa de capacitación de PYME en el Senado del país el 17 de noviembre de 2005. FitDev obtuvo un contrato del Gobierno Filipino para ayudar a las PYME a incorporar las TIC en su actividad.

61. COMPITE (el centro regional de ETB en América Central) y ATIFTAP han sido subcontratados por organismos nacionales e internacionales para impartir programas de capacitación y han formado asociaciones locales con otros organismos de formación para desarrollar programas pre-profesionales, para directores de PYME, que integran la preparación para la gestión, la exportación y para el uso de medios electrónicos.

62. Se superaron todos los objetivos del programa. En lugar de cinco informes regionales, se elaboraron cuatro. El resultado general de la primera fase del programa se resume en el cuadro de abajo.

63. En la fase I, la reacción de todos los actores del programa, incluidas las PYME, en más de dos docenas de países beneficiarios, indicó que existe una fuerte demanda por los programas prácticos del ETB. Se impartieron cursos de formación a más de 100 formadores y consultores de Oriente Medio, África Occidental y Oriental, y América del Sur y Central. El programa se ha prolongado otros tres años, desde junio de 2005, para ofrecer sus ventajas a más PYME, elaborar casos de mejores prácticas, crear nuevos nexos regionales y centros nacionales, así como para aumentar globalmente el número de formadores y asesores.

64. La fase II se puso en marcha en Bangkok (Tailandia) en junio de 2005 para seguir abordando el tema de la división del uso mediante los programas de formación que capacitan a los directores de PYME para tomar decisiones sobre soluciones electrónicas con la debida información.

65. En el taller de trabajo de Bangkok, el Programa “*Bridging the Use-Divide*” presentó su juego de herramientas digitales a los 12 países de la región de Asia-Pacífico. El programa “*Training the Trainers*” (formación para instructores) se diseñó para crear las capacidades de los miembros de la red del ETB. Asistieron al taller: responsables directivos de instituciones asociadas existentes y futuras; asesores y consultores comerciales de PYME de Bangladesh, Camboya, China, India, Indonesia, República Democrática Popular Lao, Pakistán, Mongolia, Malasia, Sri Lanka y Viet Nam, así como representantes de organismos de desarrollo y apoyo al comercio internacional. Cuarenta y un participantes de 27 instituciones de la región recibieron formación sobre la aplicación de diagnósticos empresariales para capacitar a PYME, usando las herramientas digitales. El evento fue organizado y financiado de manera conjunta por el Instituto de Desarrollo y Comercio Internacional (ITD), Tailandia y la ATIFTAP. Los gastos de viaje y alojamiento corrieron por cuenta de los propios participantes. Tras el taller, los representantes de China, Indonesia, Mongolia, Pakistán y Tailandia dieron a conocer sus planes de acción, y los participantes fueron certificados como Socios del EMD. Se han recibido solicitudes oficiales de China, Indonesia, Mongolia, Pakistán y Tailandia para convertirse en centros nacionales.

Componente del programa	Beneficiarios	Resultados
Mejora de la competitividad de las PYME a través del comercio electrónico.	El Salvador, Filipinas, República Unida de Tanzania	93 PYME capacitadas
Preparación de planos, balances y planes de acción electrónicos	Barbados, Bolivia, Camboya, Camerún, China, Costa Rica, Ecuador, El Salvador, Filipinas, Guatemala, Honduras, India, Jamaica, Kazajstán, Kenya, Kirguistán, Mauritania, República Unida de Tanzania, Rumania, Senegal, Sudáfrica, Tayikistán, Trinidad y Tabago, Turquía, Turkmenistán, Uganda, Uzbekistán y Viet Nam	29 informes de país elaborados 4 informes regionales elaborados sobre: • ASEAN • UEMOA • Unión Africana Oriental • América Central
Formación de coordinadores y creadores de programas nacionales	Brasil, Camerún, China, Ecuador, El Salvador (regional), Filipinas, India, Mauritania, Senegal, República Unida de Tanzania, Rumania, Viet Nam	Más de 450 participantes formados en 9 países durante las reuniones de lanzamiento; Más de 300 creadores y ejecutores de estrategias formados en 9 países durante los programas de formación de estrategias.
Creación de centros nacionales y regionales para fortalecer la competencia electrónica	El Salvador, Filipinas, República Unida de Tanzania.	3 centros establecidos
Programa "Training the Trainers" (formación para instructores)	El Salvador, Filipinas, República Unida de Tanzania.	Más de 100 formadores formados

Creación de capacidades en Mongolia
Después de asistir al taller de trabajo "Bridging the Use-Divide" en Bangkok, un grupo de asesores en gestión empresarial de Mongolia formó el Centro de Mejora de la Gestión Empresarial (EMDC), con el fin de mejorar las capacidades de gestión de los empresarios mongoles y asegurar una mayor sostenibilidad de los servicios profesionales de formación y asesoramiento sobre gestión empresarial. Se formalizó un memorando de entendimiento entre el CCI y el EMDC de Mongolia para crear una capacidad nacional para ofrecer servicios de formación y asesoramiento con el fin de mejorar la preparación para la gestión, la exportación y el uso de medios electrónicos de las empresas mongoles. Las actividades del programa se prolongarán durante seis meses y su coste aproximado será de US\$ 23.500, que será asumido por el EMDC de Mongolia.

66. Del 28 de noviembre al 1 de diciembre de 2005 se celebró en Nairobi (Kenya) un taller de trabajo sobre "Bridging the Use-Divide", en el Instituto Africano de Capacitación. Los objetivos del taller eran: sensibilizar y capacitar a los formadores y asesores locales sobre el uso de las TIC para fortalecer la competitividad; introducir las herramientas digitales del ETB; y desarrollar programas de formación y asesoramiento para que los directores de PYME aborden la división del uso. Asistieron al taller veintisiete participantes locales y 22 internacionales de Camerún, Egipto, El Salvador, Etiopía, Jordania, Pakistán, Filipinas, Rumania, República Unida de Tanzania, Turquía y Uganda. Los fondos para cubrir los gastos locales

de la organización y la realización del taller fueron asumidos por los participantes locales. Al mismo tiempo se celebró una reunión de la red del ETB que proporcionó un foro para que los miembros de la misma pudieran discutir sus respectivos planes de trabajo.

Creación de capacidades en Kenya
Tras el taller de trabajo "Bridging the Use-Divide" de Nairobi se formó el EMD Kenya, una ONG sin ánimo de lucro, con el fin de abordar el problema de la división del uso. El EMD Kenya obtuvo el certificado de centro nacional para la puesta en marcha del programa ETB para PYME en Kenya.

67. Los centros regionales en Turquía y Filipinas, así como el centro nacional de Rumania, han puesto en marcha programas de "capacitación de PYME" en sus países. Como consecuencia, más de 300 PYME recibirán formación; de ellas, más de 30 serán capacitadas con medios digitales; y se prepararán casos de mejores prácticas para su divulgación.

68. **Cooperación con otras iniciativas.** El Programa ETB colabora estrechamente con la Unidad de Desarrollo del Comercio Electrónico (ETDU) del CCI, la UNCTAD, la UIT, la OIT, la OCDE, la CEPE y otros organismos nacionales y multinacionales. La divulgación de los materiales y herramientas producidos por Pasarela hacia el Comercio Electrónico para la creación de

capacidades, forma ahora parte de otras iniciativas del CCI. También se han logrado sinergias dentro del CCI mediante la integración de un componente digital en las capacidades creadas por otros programas del CCI en los países socios.

69. Con el apoyo del CBI, el programa ETB formará a formadores de Senegal en febrero de 2006. Los programas sectoriales del CBI seguirán los talleres de trabajo del ETB. Los participantes que obtengan el certificado correspondiente pondrán en marcha el programa de capacitación de PYME en Senegal.

70. El programa ETB, después de su exitosa participación en la CMSI, (Ginebra, 2003), cooperó con la OCDE, la UIT, la UNCTAD y la OIT para la CMSI de 2005, en Túnez. El programa también participó en el encuentro temático de Antigua (Guatemala) celebrado en enero de 2005. La declaración final reconoció que el uso efectivo de las TIC por parte de las empresas depende de las capacidades de gestión de sus empresarios y, por tanto, confirmó el enfoque de la división del uso que establece el ETB.

71. A petición de la Cámara de Comercio e Industria de Mongolia, el 18 de octubre de 2005 se celebró un taller de trabajo especial sobre el comercio electrónico. El taller estaba específicamente dirigido a un público de directores de PYME y representantes de IAC interesados en estudiar el potencial de las TIC para mejorar la competitividad de las empresas. El taller atrajo a más de 30 participantes. Al terminar el taller, un grupo de asesores locales pidió a la Sección de Desarrollo de la Gestión Empresarial del CCI que organizara un programa específico de capacitación para formadores y asesores en Mongolia.

72. Durante la CMSI de Túnez, en diciembre de 2005, el ETB organizó un simposio temático de un día de duración sobre la resolución de la división del uso ("Bridging the Use-Divide: e@Work"), en colaboración con el CBI y el Centro de Conciliación y Arbitraje de Túnez. El simposio consiguió sensibilizar al público sobre la división del uso, confirmó su existencia y reiteró que la adquisición de competencias en materia de gestión constituye un paso fundamental para resolver el problema de la división.

73. El programa ETB participó además en otro evento celebrado paralelamente a la CMSI sobre "La función de las TIC en el crecimiento económico y la reducción de la pobreza", organizado por la UIT y el Gender Caucus de la CMSI. En el transcurso de la reunión se introdujo el concepto de división del uso desde la perspectiva del paradigma de Pasarela hacia el Comercio Electrónico. La investigación sobre el uso de las TIC indica que la división del uso es más profunda entre las mujeres empresarias.

74. ETB participó también en la reunión del proyecto de Hewlett Packard para la aceleración de microempresas (MAP) dirigida a los miembros de la red de 11 países (11-12 enero 2006, Bruselas, Bélgica), para compartir el progreso conseguido hasta la fecha con las actividades del CCI. ETB contribuyó al desarrollo de los planes futuros de esta red, liderando el grupo de trabajo sobre medición de resultados y gobierno.

75. En cada uno de estos eventos el programa Pasarela hacia el Comercio Electrónico fue presentado como una importante plataforma de contribución a la reducción de la brecha digital entre países y de presentación de alternativas de creación de capacidades que ofrezcan posibilidades para el crecimiento del sector privado.

Perspectivas para 2006

76. En 2006, el ETB seguirá ofreciendo programas de formación adaptados a las necesidades de sus beneficiarios – los miembros de la red y los directores de PYME – sobre planificación estratégica que integren cuestiones de gestión, exportación y TIC. Además de la creación de capacidades sostenibles en el ámbito local mediante la creación de nuevos centros nacionales, continuarán las actividades de fortalecimiento y expansión de la red existente de centros nacionales y regionales. El CCI colaborará y se coordinará con la red ETB para ofrecer programas de capacitación y formación sobre comercio electrónico directamente a la PYME, mientras que el programa ETB se centrará principalmente en la formación de asesores en comercio electrónico y de formadores expertos.

SITUACIÓN PRESUPUESTARIA
Fase II del Programa Pasarela hacia el Comercio Electrónico para PYME
Al 31 de diciembre de 2005
(US\$)

Promesas de contribuciones 2005–2008						
	Gastos Jun.–dic. 05	Gastos proyectados Ene.–mayo 06	Total Jun. 05–mayo 06	Gastos proyectados Jun. 06–mayo 07	Gastos proyectados Jun. 07–mayo 08	PRESUPUESTO TOTAL
Personal de proyectos	245.619	254.207	499.826	496.580	462.000	1.458.406
Subvenciones a instituciones	45.200	93.608	138.808	251.982	228.045	618.835
Formación de grupo	65.399	106.356	171.755	209.779	269.816	651.350
Equipo	4.398	1.130	5.528	5.200	8.000	18.728
Varios	15.803	18.280	34.083	36.459	32.138	102.680
(A) Total	376.419	473.581	850.000	1.000.000	1.000.000	2.850.000
(B) Promesas de contribuciones			832.207	0	0	832.207
(C) Sumas recaudadas			782.207		0	782.207
(C–B) Excedente/(Déficit) Sumas recibidas frente a promesas de contribuciones			(50.000)	0	0	(50.000)
(B–A) Excedente/(Déficit) Promesas de contribuciones frente al presupuesto necesario			(17.793)	(1.000.000)	(1.000.000)	(2.017.793)

IV. Programa de Reducción de la Pobreza a través de las Exportaciones (PRPE) (INT/W2/11)

Introducción

77. En 2005 el PRPE continuó respondiendo a las necesidades específicas de las comunidades pobres y de la pequeña empresa, en materia de promoción del comercio.

78. El PRPE continuó siendo financiado por los Gobiernos de Alemania, Noruega, Países Bajos, y Suiza. En 2005 el Gobierno del Reino Unido aportó ayuda financiera adicional. Se completaron con éxito cuatro proyectos en Brasil, Camboya y El Salvador(2), y se siguieron ejecutando otros en seis países: Bolivia, Etiopía, Kenya, Mongolia, Sudáfrica y Viet Nam. Además, el PRPE puso en marcha nuevos proyectos para dos PMA africanos, Burundi y Rwanda.

PRPE en acción

Hasta ahora los proyectos del PRPE han beneficiado a 19.000 personas pobres, creando puestos de trabajo y generando ingresos. En su conjunto, estos proyectos han generado unas ventas adicionales de las comunidades pobres por valor de US\$ 2,5 millones. Los ingresos de los beneficiarios han aumentado considerablemente. Los logros en términos de impacto real permitieron al PRPE obtener credibilidad como un enfoque práctico y basado en resultados para reducir la pobreza.

Logros

79. **Bolivia** (turismo comunitario). El PRPE apoyó la creación de la Fundación Suma Jakañani, cuya misión consiste en integrar a los grupos desfavorecidos de la población en la cadena de valor de los productos y servicios del turismo local. Las actividades se dirigieron a desarrollar ofertas de agroturismo, mejorar la información turística, fortalecer la promoción del turismo y promover el turismo sostenible con las partes interesadas. El proyecto se centrará en 2006 en continuar fortaleciendo la Fundación y promover la reproducción de la experiencia con las autoridades locales. El proyecto concluirá a finales de 2006.

80. **Brasil** (turismo comunitario). El proyecto, ejecutado en colaboración con el Banco de Brasil, tenía por objeto mejorar los medios de vida de 8 comunidades, que abarcan 7.100 personas, integrándolas en la cadena de valor del complejo turístico "Costa do Saupe". Con las herramientas del PRPE, se formaron siete cadenas de producción. La nueva planta de procesamiento de residuos orgánicos ha generado 40 puestos de trabajo, y 500 agricultores utilizan el abono producido para cultivar frutas y hortalizas para el sector del turismo. Los hoteles colaboradores ya han creado en su conjunto 1.200 puestos de trabajo y se han comprometido a impulsar el empleo local hasta fines de 2007. El

salario mensual de los 386 artesanos locales implicados en el proyecto ha pasado de US\$ 100 a US\$ 400. El enfoque del proyecto está siendo actualmente reproducido en la "Reserva Imbassai", en la misma zona costera de Bahía, administrada por el operador de turismo portugués Reta Atlántico en consulta con el PRPE.

81. **Burundi** (aceites esenciales). PRPE ha ayudado a la empresa agrícola Rugofarm de Burundi desde julio de 2005, ofreciéndole asesoramiento técnico sobre el cultivo y la comercialización de la esencia de pachulí y limeta. Un experto internacional en aceites esenciales visitó el país para evaluar el proyecto y diseñar el componente de PRPE. El experto también visitó una feria comercial europea para ayudar a promover la empresa Rugofarm entre los compradores potenciales, que posteriormente confirmaron su interés en comprar a Burundi. En 2006 el proyecto seguirá construyendo las dos plantas de destilación para producir aceites esenciales de pachulí y lima. Se identificarán las comunidades pobres y se las capacitará en la plantación de pachulí y lima para vender las hojas secas a Rugofarm para su destilación y exportación.

82. **Camboya** (productos de seda). El proyecto concluyó en la fecha prevista, finales de 2005. El CCI ha ayudado a la Corporación de Artesanía de Camboya (CCC) mediante asesoramiento técnico sobre formación de comunidades y desarrollo de mercado de exportación, le ha proporcionado un mecanismo de control de ventas electrónico y ha recientemente lanzado una página web para promover las ventas (www.silkfromcambodia.com). En 2005, el proyecto generó unas ventas de US\$ 16.000, con unas exportaciones por valor de US\$ 9.000. Entre 2003 y 2005, la facturación mensual por ventas de los tejedores se multiplicó por ocho y pasó de US\$ 160 a US\$ 1.400. El salario mensual pasó de una media de US\$ 18 en 2003, a US\$ 60 en 2005. Los empleados de la CCC formaron a su vez a las asociaciones de artesanía socias en la República Democrática Popular Lao y Viet Nam sobre la construcción y el uso de páginas web de venta, similares. En la actualidad, la CCC trata de repetir este proyecto piloto con otras tres comunidades tejedoras en zonas rurales de Camboya, llegando a 70 familias.

83. **El Salvador** (turismo comunitario y café) El proyecto sobre turismo finalizó a finales de 2005. PRPE apoyó la integración de los agricultores, restaurantes y hoteles pequeños, así como los productores artesanales, en la cadena de valor del turismo en las comunidades de La Palma y San Ignacio. Como consecuencia, ha aumentado el número de visitantes. Se han inaugurado dos nuevos hoteles y cuatro restaurantes en la comunidad y se han desarrollado más actividades culturales para ampliar el número de lugares de interés turístico. El Ministerio de Turismo en El Salvador se ha comprometido a reproducir este proyecto en otras zonas del país siguiendo las mejores prácticas del CCI. También se consiguió un impacto en el

desarrollo del sector del café. Con el PRPE, Café Monte Sión logró impulsar sus exportaciones. Sus precios medios aumentaron un 30% y el volumen total de ventas se incrementó en un 40% hasta llegar a US\$ 280.000. A lo largo del año, la prestigiosa marca “Gourmet Boutique” se vendió a precios elevados en el mercado japonés. El salario de la cosecha por trabajador ha pasado de US\$ 200 a US\$ 300. La Cooperativa Cuzcachapa, el cuarto productor de café de El Salvador, está ahora interesado en reproducir la iniciativa PRPE. A petición de esta cooperativa, en diciembre de 2005 el CCI organizó una primera serie de talleres de trabajo para transferir las mejores prácticas del PRPE a los miembros de la cooperativa y ampliar de este modo el alcance del proyecto.

84. **Etiopía** (pimentón) El proyecto ayuda a agricultores seleccionados del distrito de Launfuro, en la región de Siltie, a producir variedades de pimentón de calidad y a introducirlas en los mercados de exportación. Cuatrocientos agricultores se benefician de la creación de capacidades a través del socio del proyecto, la Unión Cooperativa de la Región de Siltie. La fábrica etíope de extracción de especias comercializará en el ámbito local e internacional el pimentón producido por el proyecto a través de los contactos establecidos con los importadores de pimentón en Europa. La cosecha está prevista para junio de 2006 y se prevén 270 toneladas de exportación por un valor de US\$ 320.000.

85. **Kenya** (miel y ají). El PRPE trabaja con dos comunidades rurales que abarcan 120 agricultores en los distritos de Baringo y Keiyo para mejorar sus ingresos a través de la producción y las exportaciones de chile picante y miel. Las actividades del CCI se centran principalmente en la formación de grupos de productores, ofreciendo formación sobre plantación, control de calidad, cosecha, procesamiento, secado y técnicas de almacenamiento. El CCI ha seleccionado dos empresas locales, una especializada en ají y la otra en miel, que prestarán servicios de apoyo a los miembros de la comunidad. Estos socios han resultado primordiales en la renovación de las colmenas y la instalación de un sistema de riego de uso sencillo, y facilitarán las exportaciones, estimadas en unos US\$ 20.000 para el primer año.

86. **Mongolia** (productos de fieltro). Las actividades del proyecto en Mongolia ayudan a unos 250 productores de productos de lana y fieltro, principalmente mujeres, en 10 cooperativas de Ulán Bátor, Darkhan y Selenge Aimag. En 2005, el programa PRPE realizó un estudio de mercado para identificar los productos ganadores y comprobar su potencial de exportación a los mercados europeos. Un taller de trabajo piloto para explicar la metodología del PRPE y divulgar los resultados del primer estudio de Mercado resultó fundamental para capacitar a los socios locales. El principal socio del proyecto es la Misión Luterana de Noruega (NLM), una ONG con amplia experiencia en cooperación técnica relacionada con el sector de la lana y el fieltro. En 2006, PRPE ayudará a NLM a

fortalecer la junta de cooperativas, diversificando su cartera de productos y creando capacidades en mercadeo de exportación a través de formación y asesoramiento.

87. **Rwanda** (aceites esenciales). A petición del Gobierno Rwandés, el CCI emprendió en 2005 una misión de identificación de necesidades en el sector de aceites esenciales. Subsecuentemente, cuatro empresarios nacionales constituyeron la empresa EPCHER para plantar y procesar pachulí. Para finales de año, un experto internacional en procesamiento de aceites esenciales visitó las primeras plantaciones de pachulí de EPCHER y prodigó asesoría y recomendaciones para emprender ese cultivo a nivel nacional.

88. **Sudáfrica** (*Aloe ferox*). El proyecto pretende formar e integrar a 70 recolectores de aloe de Seymour, en la Provincia Oriental de El Cabo, en las prometedoras industrias de los cosméticos y de la salud. El programa PRPE se ha basado en un tipo de asociación innovativo entre un exportador local y la Eastern Cape Development Corporation (ECDC) que ha realizado una inversión conjunta de US\$ 300.000 para construir una planta de pre-procesamiento, con los servicios básicos para las operaciones de cosecha, clasificación y procesamiento. El plan de trabajo de 2005 se centró en el desarrollo de mercado y la promoción de productos de *Aloe ferox*, garantizando la diversificación del negocio en los mercados locales e internacionales. Se promovió con éxito la marca “Inhala”, que derivó en un sistema de franquicias, que actualmente da trabajo a 81 agentes locales, así como en unos importantes contratos de distribución en Canadá y Estados Unidos. En 2006, 150 recolectores más se unirán al proyecto. Se creará un sistema global de gestión de la calidad, con los correspondientes servicios de pruebas in situ, para responder a las necesidades identificadas en los mercados objetivo de exportación. El CCI pondrá sus herramientas del PRPE a disposición de la ECDC a través de seminarios de formación específica, con el fin de reproducir la experiencia.

89. **Viet Nam** (turismo comunitario). El proyecto se propone desarrollar un producto de turismo comunitario sostenible en la aldea de Kim Bong para generar empleo e ingresos para sus 84 hogares, formados por 400 personas aproximadamente. Con la ayuda del CCI, en 2005 se construyeron un paseo pedestre y un sendero para bicicletas y se inauguró la oficina de información turística. El resto de las actividades se centraron en la creación de capacidades para la Cooperativa de Servicios Turísticos de Kim Bong. En colaboración con WWF Viet Nam, también se formuló una estrategia para la extracción sostenible de madera dirigida a las empresas de carpintería en la aldea. El proyecto ya ha comenzado a generar ingresos. Éstos, que son generados por el precio de entrada y por los diferentes caminos y senderos en la aldea, están estimados en US\$ 10.000, parte de los cuales beneficiará a los 400 habitantes de Kim Bong a través de un fondo comunitario.

Coherencia del programa

El PRPE coordina estrechamente sus intervenciones con el Marco Integrado para la Asistencia Técnica en Materia de Comercio. Los proyectos recién iniciados del PRPE para promover las exportaciones de los aceites esenciales de Burundi y Rwanda son un ejemplo de dicha sinergia con el Fondo Integrado. Se han preparado otros proyectos PRPE en el marco del Fondo Fiduciario del Marco Integrado para tres PMA de África, incluidos Djibouti (turismo comunitario), Guinea (productos agrícolas) y Senegal (turismo comunitario). Además, se está utilizando el enfoque del PRPE en varios proyectos del CCI. En Sierra Leona, por ejemplo, se puso en marcha un proyecto que promueve la producción y la exportación de jengibre con las aportaciones técnicas del PRPE.

90. Creación de capacidades. El programa PRPE se ha comprometido a crear la capacidad de las instituciones y los socios locales como medio de promover la reproducción futura de las buenas prácticas locales en la reducción de la pobreza y la generación de empleo en el ámbito nacional. El programa ha desarrollado las siguientes actividades de creación de capacidades:

- Se organizaron 11 talleres de trabajo de formación para instructores, con un total de 337 participantes (41% mujeres), sobre temas tales como el concepto del PRPE y la metodología de la formación de grupos, la planificación de acciones, la coordinación de estrategias sectoriales, las técnicas de producción y las mejores prácticas en el turismo comunitario.
- Asesores nacionales e internacionales formularon recomendaciones prácticas sobre el desarrollo de los productos y servicios para varios grupos de producción comunitaria en los proyectos en curso.

Reproducción de las intervenciones del PRPE

El PRPE pretende sensibilizar a los responsables políticos, las comunidades pobres y las empresas sobre cómo repetir las intervenciones del programa en el ámbito nacional:

- En Brasil, el proyecto PRPE de turismo comunitario, que benefició a 7.100 personas del complejo turístico de la Costa do Sauípe, se reproducirá en otra zona turística administrada por el operador de turismo portugués Reta Atlántico.
- En Camboya, el programa de reducción de la pobreza para 20 familias de Takeo a través la promoción de las exportaciones de la seda animó a la CCC a ampliar el proyecto PRPE a otros tres grupos de tejedores, llegando a 70 familias.
- En El Salvador, como consecuencia del éxito de las exportaciones de Café Monte Sión, que beneficiaron a 500 productores de café, la Cooperativa Cuzcachapa (que cuenta con 1.300 asociados) está deseando ahora utilizar el enfoque del PRPE para penetrar nuevos mercados.

- Se realizaron cuatro estudios sectoriales de mercado seguidos de talleres de trabajo de divulgación para seleccionar los productos ganadores y los mercados objetivo en Viet Nam (turismo), Etiopía (pimentón), Mongolia (productos de lana y fieltro), y Sudáfrica (*Aloe ferox*).

91. Sensibilización y promoción. El programa PRPE continuó promoviendo con donantes, organismos públicos nacionales y el sector privado, la idea de usar el comercio como vehículo de reducción de la pobreza. En 2005, el enfoque y el impacto del programa PRPE se puso de relieve en varios eventos y foros de alto nivel, como por ejemplo: el 27º Seminario sobre Gestión de la Independencia; el Centro de Estudios Aplicados de Negociación Internacional (CASIN), Ginebra, Suiza; las consultas sobre la estrategia de exportaciones del Foro Ejecutivo, Kingston, Jamaica; y el Curso de Política Comercial de la OMC, Ginebra, Suiza. También se estudiaron posibles sinergias con intervenciones del PRPE con otras organizaciones internacionales (CE, Banco Mundial, OIT, UNESCO), ONG (WWF, CASIN, Misión Luterana de Noruega, Utz Kapeh) y empresas del sector privado (Accor Group, Migros, Nestlé, Procter & Gamble).

92. Materiales y herramientas de apoyo del PRPE. En 2005, el PRPE desarrolló otros materiales de formación para ayudar a los países socios a ejecutar proyectos de reducción de la pobreza. Esos materiales de formación se siguieron probando y mejorando. Se han publicado las directrices del estudio de oportunidades del PRPE en una versión simplificada. Se ha terminado el juego de herramientas de formación del PRPE, que está compuesto por módulos independientes para formadores de IAC y que ahora incluye una referencia específica a los asuntos de género. Se desarrollaron varios materiales para satisfacer la necesidad de administrar el ciclo del proyecto, siendo el más importante el juego de herramientas para medir el impacto del PRPE. Proporciona a los socios del proyecto información fiable sobre el impacto del mismo en términos de reducción de la pobreza.

93. Género. El PRPE reconoce la importancia del género en el proceso de reducción de la pobreza. Los proyectos del PRPE brindan oportunidades no habituales para que las mujeres diversifiquen sus actividades productivas (por ejemplo a través de los servicios del turismo comunitario), logrando de este modo nuevas fuentes de ingresos familiares. La versión revisada del juego de herramientas del PRPE responde a cuestiones específicas de género en la reducción de la pobreza.

Perspectivas para 2006

94. El PRPE está consolidando sus resultados en términos de ventas de exportación, número de puestos de empleo generados e ingresos incrementados. Se están acelerando los esfuerzos para medir el impacto y evaluar los resultados del proyecto. El

proceso de formulación de estrategias se ampliará gracias a la colaboración con el Foro Ejecutivo 2006 bajo el título “Comercio y Reducción de la Pobreza”, ya que el establecimiento de contactos con los responsables de políticas del sector público y

privado resulta imprescindible para promover el desarrollo del comercio y la reducción de la pobreza. La colaboración establecida con el Marco Integrado se ampliará aún más, con la preparación de nuevos proyectos PRPE para PMA, sobre todo en África.

SITUACIÓN PRESUPUESTARIA
Programa de Reducción de la Pobreza a través de las Exportaciones
Al 31 de diciembre de 2005
(US\$)

Promesas de contribuciones 2003–2008							
	Gastos Ene.–dic. 03	Gastos Ene.–dic. 04	Gastos Ene.–dic. 05	Gastos proyectados Ene.–mayo 06	Gastos proyectados Jun. 06–mayo 07	Gastos proyectados Jun. 07–mayo 08	PRESUPUESTO TOTAL
Personal de proyectos	1.042.982	840.625	777.123	797.298	714.970	840.557	5.013.555
Subcontratos	105.799	118.365	206.568	211.931	190.048	223.430	1.056.141
Formación de grupo	15.493	4.442	62.015	63.625	57.055	67.077	269.707
Equipo	900	3.844	21.963	22.533	20.207	23.756	93.203
Varios	45.768	39.696	41.771	42.856	38.430	45.180	253.701
(A) Total	1.210.942	1.006.972	1.109.440	1.138.243	1.020.710	1.200.000	6.686.307

	2003–2004	2005	2006	2007	TOTAL
(B) Promesas de contribuciones	2.998.170	1.467.427	1.020.710	113.136	5.599.443
(C) Sumas recaudadas	2.998.170	1.467.427	0	0	4.465.597
(C–B) Excedente/(Déficit) Sumas recibidas frente a promesas de contribuciones	–	–	(1.020.710)	(113.136)	(1.133.846)
(B–A) Excedente/(Déficit) Promesas de contribuciones frente al presupuesto necesario	780.256	(780.256)		(1.086.864)	(1.086.864)

V. ServiceExportNet (INT/W2/16)

Introducción

95. Los objetivos generales del nuevo programa ServiceExportNet son los siguientes: añadir recursos adicionales para concienciar sobre el potencial de los países en desarrollo para aumentar el comercio de servicios; ampliar el ámbito de aplicación del programa de asistencia técnica que ofrece la Sección del Comercio de Servicios (TSS) y crear capacidades en las OPC; realizar un seguimiento y evaluar los esfuerzos hasta la fecha; iniciar actividades en las que participen mujeres empresarias en el comercio de servicios; así como promover la creación de coaliciones de servicios en los países en desarrollo.

Logros

96. Durante los primeros seis meses de este nuevo programa, se ejecutaron las siguientes actividades.

97. **Mesa redonda de ServiceExportNet.** En 2005, el programa ServiceExportNet se amplió hasta llegar a los 22 países (de los 12 del año anterior). Los países miembros, representados principalmente por las OPC, elaboraron informes sobre sus actividades y posteriormente, en octubre, participaron en una mesa redonda en Ginebra para localizar los resultados, identificar las soluciones a los problemas y planificar nuevas herramientas y asistencia técnica en respuesta a las necesidades. Se contó con la presencia de algunos expertos internacionales para describir las mejores prácticas mundiales.

98. Como la mesa redonda se celebró en los albores del Foro Ejecutivo del CCI, los participantes (“líderes” de los servicios nacionales del CCI) pudieron asistir a dicho evento, que se centró en las exportaciones de servicios desde la perspectiva de la estrategia de exportación, que les resultó especialmente beneficioso y motivador, según sus comentarios.

99. **Creación de conciencia.** Nuevos recursos disponibles en la Vertiente II se destinaron a lograr una mayor sensibilización de la capacidad del sector servicios y la posibilidad de aumentar sus exportaciones. Se destinó más personal profesional a crear una “marca” con logotipos, materiales de exposición, posters, etc., que han sido bien recibidos por las OPC y los miembros de la red para ayudarles a crear conciencia en el país. La jornada de los profesionales también se destinó a realizar importantes aportaciones a un número de la revista *International Trade Forum* (Foro de Comercio Internacional) del CCI sobre el comercio de servicios. Además, un asesor preparó una nueva herramienta, “Assisting the Services Exporter Abroad” (ayuda al exportador de servicios en el exterior), un servicio de asistencia para los agregados comerciales destinados en misiones diplomáticas en el extranjero.

100. **Creación de coaliciones de servicios.** Uno de los objetivos del programa consiste en promover la formación de coaliciones de servicios en los países en desarrollo. Dada la dimensión, la diversidad y la fragmentación del sector servicios, los países en desarrollo cada vez solicitan más ayuda técnica para organizar y coordinar el sector, ejercer presión, establecer contactos y abordar las cuestiones relativas al acceso al mercado. Se desarrollaron nuevas herramientas para proporcionar directrices sobre la creación de coaliciones de servicios, en respuesta al interés abrumador de los miembros de la red ServiceExportNet. Las coaliciones de industrias de servicios (CSI) y las asociaciones comerciales emprenden varias actividades para concienciar sobre los intereses de sus miembros al público y a los responsables políticos. La promoción de los medios de comunicación es una actividad de vital importancia para cualquier CSI. Por eso, la TSS encargó a un experto en relaciones públicas que diseñara un módulo de formación, “Principios y técnicas para comunicaciones efectivas”, para presentarlo en la reunión anual de ServiceExportNet y para formar a las asociaciones de comercio de servicios en los países en desarrollo. El módulo incluye una presentación narrada y otra en PowerPoint. Los miembros de la ServiceExportNet recibieron ambas con gran satisfacción en octubre de 2005 y están listos para usarlas en 2006.

Concienciación en acción

La concienciación ha sido fundamental para fortalecer los esfuerzos dirigidos a promover el comercio de servicios de países en desarrollo. Durante 2005, en un taller de trabajo organizado en Sudáfrica, los funcionarios públicos aprendieron la importancia que tienen las exportaciones de servicios y, en consecuencia y por primera vez, pusieron en marcha diferentes iniciativas para las industrias de servicios.

101. **Ampliación del programa de asistencia técnica.** Hasta la fecha, el programa de asistencia técnica de seis etapas de la TSS se ha centrado sobre todo en el África Subsahariana. Se puso en marcha un nuevo proyecto en Uruguay, Paraguay y Bolivia para responder a una firme necesidad, ya que se había hecho muy poco para promover el comercio de servicios. Se han seleccionado socios y asesores nacionales y se están llevando a cabo estudios de las capacidades. Los programas de formación para instructores y de formación de PYME se desarrollarán durante el primer trimestre de 2006.

102. **Aumento de las exportaciones de servicios por parte de las mujeres empresarias.** En todo el mundo, la mayoría de las mujeres empresarias trabajan en el sector de los servicios. No obstante, pocas asisten a los cursos de creación de capacidades y a los encuentros empresariales porque no participan de un modo efectivo en la comunidad empresarial predominante

y carecen de las competencias básicas en establecimiento de contactos y mercadeo. El programa inició nuevos proyectos piloto para:

- Diseñar un modelo reproducible para que una red nacional de mujeres empresarias promueva las exportaciones de sus servicios.
- Diseñar una plantilla para crear un subcomité que aborde las cuestiones del género en el comercio dentro de las instituciones de apoyo comercial de género mixto.
- Organizar un encuentro empresarial para mujeres empresarias en los Estados árabes que, por motivos culturales, solamente pueden hacer negocios con otras mujeres. Se proporcionará formación, además de facilitar los encuentros individuales, para fomentar las asociaciones comerciales internacionales.
- Ofrecer clases prácticas individuales de asesoramiento para mujeres empresarias que están preparadas para exportar, así como elaborar un resumen de las cuestiones de interés común.

103. Actualización de la página web de los servicios del CCI. Con el fin de proporcionar información de autoayuda y de minimizar el tiempo que destina el personal a resolver las consultas generales, se encargó a un asesor que actualizara y mejorara la página web de servicios www.intracen.org/serviceexport. En la actualidad continúan los trabajos de actualización, ya que debe ser compatible con los cambios que se están haciendo actualmente en la plataforma general del CCI en Internet.

104. Encuentro empresarial de “Bridges Across Borders”. En el marco del seguimiento de los proyectos TRTA en África, y con el fin de promover las redes regionales, en diciembre se organizó un evento de “Bridges Across Borders” a gran escala en Johannesburgo (Sudáfrica). Se inscribieron 165 participantes (de Angola, Botswana, Lesotho, Malawi, Mozambique, Namibia, Sudáfrica, Swazilandia y Zambia) y se organizaron 616 consultas bilaterales. Un libro de perfiles distribuido a los participantes reveló que procedían de diferentes subsectores (el 17% de servicios relacionados con la construcción, el 51% de servicios entre empresas, 18% de servicios de educación, 4% de las TIC, 9% del turismo y el 6% del transporte). Es evidente que la gran mayoría de los participantes procedían del sector de servicios entre empresas (financieros, de contabilidad, jurídicos, de investigación de mercado, auditorías, secretaría, impresión y publicación, etc.).

105. Se plantearon varios temas durante el evento, específicamente relacionados con las dificultades regionales del comercio de servicios. Los participantes consideraron que la falta de estadísticas sobre el sector servicios constituye un obstáculo importante y muchos de ellos destacaron la

necesidad de desarrollar un sistema de captura de información. El resultado de las consultas bilaterales consistió principalmente en el intercambio de experiencias e información sobre modelos que funcionan, así como estudiar la posibilidad de repetir las estrategias que han tenido éxito (como la retención de los miembros y los servicios que se podrían prestar mutuamente). Un buen ejemplo es el Centro para el Avance de África en Malawi, que probablemente se asocie con la Cámara de Jóvenes Empresarios de Sudáfrica para crear una asociación equivalente en Malawi.

106. De los formularios de evaluación que al final del evento entregaron los participantes, el 90% sugerían la importancia de la formación de los miembros en ámbitos como el de la gestión, el mercadeo internacional y el liderazgo. Algunos daban a conocer su falta de conocimientos para establecer una relación con los medios de comunicación o para desarrollar programas de reconocimiento y paquetes de patrocinio que ayudarían a obtener credibilidad en el plano internacional. Algunos mencionaron la necesidad de crear conciencia sobre AGCS y cómo las asociaciones podrían contribuir al trabajo que realizan los negociadores en la OMC, así como la necesidad de establecer un marco jurídico para firmar acuerdos de reconocimiento mutuo.

Perspectivas para 2006

107. Se hará hincapié en los siguientes aspectos:

- Poner en marcha iniciativas dirigidas a mujeres empresarias en Egipto y Nigeria en marzo.
- Realizar un estudio y emprender una misión de evaluación del grado de participación de los países en desarrollo y los países menos adelantados seleccionados en las negociaciones del AGCS.
- Contratar a un asesor para que investigue las actividades y las tendencias del comercio de servicios; realizar un seguimiento de la labor de las Naciones Unidas y de otras organizaciones internacionales en materia de servicios y actualizar y administrar la base de datos de contactos de la sección. Una de las funciones más importantes consiste en ofrecer a los miembros de ServiceExportNet información actual sobre el comercio de servicios a través de la página web de la sección y su boletín trimestral.
- Completar en América del Sur la puesta en marcha de las seis fases de TRTA, incluida la formación de IAC y de funcionarios públicos, culminando en un encuentro empresarial regional de “Bridges Across Borders” con la participación de seis países que hayan recibido asistencia técnica, para promover las redes regionales.

- Llevar a cabo una misión del CCI en Sudáfrica para realizar el seguimiento de las nuevas iniciativas en materia de asistencia técnica con los miembros de ServiceExportNet (participación en el portal de Internet

www.servicexport.com, que incluye nuevas actividades, como premios y programas de patrocinio, campañas de sensibilización, continuación de la formación, etc.).

SITUACIÓN PRESUPUESTARIA
Programa “ServiceExportNet”
Al 31 de diciembre de 2005
(US\$)

Promesas de contribuciones 2005–2008						
	Gastos Jun.–dic. 05	Gastos proyectados Ene.–mayo 06	Total Jun. 05–mayo 06	Gastos proyectados Jun. 06–mayo 07	Gastos proyectados Jun. 07–mayo 08	PRESUPUESTO TOTAL
Personal de proyectos	98.194	267.392	365.586	519.800	404.540	1.289.926
Subcontratos		11.300	11.300	90.400	50.850	152.550
Subvenciones a instituciones	–	39.550	39.550	22.600	–	62.150
Formación de grupo	140.069	96.492	236.561	321.937	265.720	824.218
Equipo	3.562	2.260	5.822	6.780	–	12.602
Varios	9.662	16.680	26.342	38.483	28.890	93.715
(A) Total	251.487	433.674	685.161	1.000.000	750.000	2.435.161
(B) Promesas de contribuciones	–		685.161	–	–	685.161
(C) Sumas recaudadas	–		681.161	–	–	685.161
(C–B) Excedente/(Déficit) Sumas recibidas frente a promesas de contribuciones			–	–	–	–
(B–A) Excedente/(Déficit) Promesas de contribuciones frente al presupuesto necesario			–	(1.000.000)	(750.000)	(1.750.000)

VI. Diseño y Gestión de la Estrategia Nacional de Exportación (INT/W2/15A)

Introducción

108. El principal objetivo de este programa consiste en fortalecer las capacidades en los países en desarrollo y las economías de transición para diseñar y poner eficazmente en marcha, estrategias de promoción de las exportaciones basadas en:

- La evaluación realista de la competitividad nacional, el potencial de exportación y las oportunidades;
- Un conocimiento claro de las mejores prácticas en el proceso del diseño y la gestión de estrategias;
- Una evaluación realista de los recursos disponibles en los sectores público y privado para poner en marcha programas de competitividad internacional y de desarrollo de exportaciones;
- La asignación de estos recursos a prioridades que son confirmadas a través de un diálogo estrecho y continuo entre los sectores público y privado.

109. La razón de ser de este programa es que, por el momento, son pocos los países en desarrollo o las economías en transición que cuentan con un enfoque coherente y coordinado al desarrollo de las exportaciones. En consecuencia, a menudo hay una falta de claridad en el desarrollo de las exportaciones y en las prioridades de asignación de recursos. Las iniciativas del sector público pueden ser fragmentadas o responder a problemas según éstos van surgiendo; los pilares del diálogo entre el sector privado y el sector público siguen siendo débiles y no se consiguen desarrollar sinergias en los ámbitos comercial e institucional. Existe una base limitada para la evaluación de los resultados del esfuerzo nacional en materia de exportación y su impacto en el crecimiento económico, la generación de empleo, la reducción de la pobreza y las cuestiones de desarrollo relacionadas. Por estos motivos, los esfuerzos de movilización de recursos, y los TRTA resultantes, quedan fragmentados y ad hoc.

110. El programa se ha diseñado, por tanto, para concienciar sobre las ventajas de incluir la estrategia de exportación en el proceso nacional de desarrollo económico y social y para crear capacidades, tanto en materia técnica como de gestión, para diseñar y poner en marcha dichas estrategias. A continuación se describen los cuatro componentes del programa, diferentes pero relacionados entre sí.

111. El programa se ejecuta de forma conjunta con la asignación financiera y de personal al programa del Foro Ejecutivo del presupuesto ordinario del CCI. Este programa se centra en proporcionar desde la sede del CCI, la investigación y el apoyo

técnico necesarios para respaldar a las actividades en el terreno del programa de la Vertiente II.

Componente del programa	Enfoque al desarrollo	Propuesta
1. Innovaciones en las estrategias de exportación	Creación de conciencia (mundial)	Debates y consultas focalizados para evaluar respuestas estratégicas específicas a los problemas de competitividad.
2. Formación directa	Creación de competencias (regional)	Formación directa, regional y personalizada en metodología y técnicas de diseño y gestión de estrategias.
3. Debate mundial del Foro Ejecutivo	Creación de conciencia (mundial)	Un debate anual para los miembros activos de la red del Foro Ejecutivo sobre un tema relevante para el contenido y la gestión de la estrategia nacional de exportación.
4. Diseño de la estrategia nacional de exportación sobre el terreno.	Desarrollo de estrategias (nacionales)	Una respuesta flexible sobre el terreno a las necesidades de los equipos de diseño de estrategias que participan en el proceso del diseño y en la mejora de la estrategia de exportación.

Logros

112. Durante sus primeros seis meses de existencia, el programa se centró en ofrecer apoyo a los países (es decir, equipos nacionales) participantes en el diseño de estrategias nacionales de exportación y en la organización y el funcionamiento del debate mundial del Foro Ejecutivo 2005.

113. La asistencia, en forma de facilitación, se amplió a equipos nacionales que iniciaban el proceso de diseño de estrategias en Belice, Granada, San Vicente y las Granadinas, Botswana y Namibia. La asistencia se mantendrá hasta mediados de 2006, fecha en la que está previsto que los países mencionados hayan completado el proceso de diseño de estrategias y hayan establecido los marcos administrativos necesarios para garantizar su puesta en marcha efectiva.

114. El programa cubrió además los gastos de los expertos invitados al debate del Foro Ejecutivo, del 5 al 8 de octubre de 2005, y los gastos de alojamiento de los 33 equipos nacionales que asistieron a dicho debate. El debate de este año, que lo organizaron conjuntamente el Foro Ejecutivo y la TSS del CCI, se centró en el tema "Exportación de servicios: ¿Hiper o alto potencial? Implicaciones para los creadores de estrategias."

**Diseño y Gestión de la Estrategia Nacional de Exportación
Debate del Foro Ejecutivo 2005**

Las sesiones

- Exportaciones de servicios – Más allá de vender promesas
- Exportación de servicios profesionales y empresariales – Exportar soluciones
- Exportación de servicios medioambientales – Un recorrido limpio del mercado
- Exportación de servicios de construcción, ingeniería y llave en mano –Construyendo desde abajo
- Exportación de servicios financieros – El dinero habla
- Exportación de servicios logísticos y de transporte – Un objetivo que se mueve
- Exportación de la Tecnología de la Información y las Comunicaciones
- Turismo basado en el valor – Aprovechar al máximo el dólar turista
- Subcontratación del proceso comercial – ¿Un nombre nuevo para un negocio antiguo?
- Cooperación en comercio, género y técnica – De las ideas a su aplicación
- Gestión de calidad para los servicios – ¿Importa la garantía?
- Venta de la promesa – Credibilidad a través de la marca
- Financiación de la exportación de servicios – ¿Es realmente un problema?
- La necesidad de una asociación estratégica – ¿Quién hace qué?
- Facilitar la toma de decisiones
- ¿De aquí a dónde vamos?

Comentario

“El Foro Ejecutivo fue algo más que un intercambio de ideas, fue una experiencia de transformación. Quizá sea una bendición oculta el hecho de que aún no hayamos completado la redacción de nuestra estrategia nacional de exportaciones.” – *Canciller L. Kaferapanjira, Presidente Ejecutivo, Confederación de Cámaras de Comercio de Malawi*

115. Está previsto desarrollar un programa TRTA activo de seguimiento, regional y nacional, en el marco del nuevo programa FFG de la Vertiente II sobre el comercio de servicios. Además, se realizó una modesta asignación de recursos en el programa para actualizar los materiales de apoyo para la versión electrónica de la metodología del diseño de estrategias del CCI, finalizar las publicaciones producidas bajo el ciclo 2005 de la serie Innovaciones en la Estrategia de Exportación, así como planificar la primera consulta de la serie 2006, que girará en torno a la “Competitividad, Exportación y la cuestión de Género”.

Perspectivas para 2006

116. Componente 1: Creación de conciencia. Durante el primer semestre de 2006, el plan de trabajo prevé cinco consultas en la serie de Innovaciones en la Estrategia de Exportación. En

colaboración con los miembros institucionales de la red del Foro Ejecutivo, se prevén las siguientes consultas:

Consulta	Lugar y fecha	Socio
Competitividad, Exportación y la cuestión de Género	El Cairo (Egipto); mediados de marzo	Foro Internacional de Mujeres Árabes
Estrategia y el papel de la Organización Nacional para la Promoción del Comercio	Ciudad de México, mediados de abril	BANCOMEXT
Financiación de los Grupos Industriales de Exportación: Consideraciones Estratégicas y Opciones	Ciudad del Cabo (Sudáfrica), 1–3 de mayo	Departamento de Comercio e Industria
Programas de Subvención para la Búsqueda de Intereses Comunes: Relevancia y Mejores Prácticas	Túnez (Túnez), 5–7 de junio	FAMEX
Marcas Nacionales: ¿Por qué Debatir? Opciones Estratégicas	Bucarest (Rumania), finales de junio	Ministerio de Economía y Comercio

117. Se han programado de forma provisional otras dos consultas para el segundo semestre de 2006: una sobre la evaluación comparativa de la competitividad y la otra sobre el turismo como producto de exportación. En ambos casos, un debate mundial en línea precederá a la consulta. Los participantes invitados deberán sufragarse el viaje y el programa asumirá los costes de alojamiento. Después de cada consulta se preparará una publicación concisa con los escenarios de mejores prácticas revisados y desarrollados que serán disponibles en la página web del Foro Ejecutivo.

118. Componente 2: Desarrollo de competencias. El componente de formación directa del programa se inaugurará durante la primera mitad del año. Están programados varios eventos regionales de creación de competencias para África Oriental y Meridional (mayo, inglés), América Central (junio, español) y África Occidental (junio, francés). Durante la segunda mitad del año, se organizarán varios eventos similares, perfeccionados gracias a la experiencia adquirida en los primeros eventos piloto, en América Latina (español) y África Central (francés). Cada uno de ellos se combinará con una evaluación de necesidades, con vistas a iniciar un programa TRTA de apoyo a aquellos países que lancen y completen el proceso de diseño de estrategias.

119. Componente 3: Establecimiento de contactos. El debate anual del Foro Ejecutivo

sobre las mejores prácticas de la estrategia nacional de exportaciones se centrará en el tema “Exportación y Pobreza: El Vínculo y la Respuesta Estratégica”. La participación será por equipos y cada miembro del equipo presentará una ponencia y cubrirá los gastos de desplazamiento con recursos distintos a los del programa. La sede del debate global se ha trasladado de Montreux a Berlín.

120. Componente 4: Desarrollo de la estrategia (nacional). Durante la primera mitad del año, se prestará apoyo técnico sobre el terreno y en línea a los cinco equipos de diseño de estrategias que reciben ayuda en el marco de la asociación CCI

– Secretaría del Commonwealth. Se proporcionará una ayuda moderada a Zambia, Malawi y República Democrática Popular Lao y Viet Nam para acelerar la conclusión de la labor de revisión de la estrategia que comenzó en 2005. Durante la segunda mitad del año, se prestará asistencia técnica a determinados equipos que ponen en práctica el proceso de diseño de estrategias tras su participación en el componente de desarrollo de competencias del programa.

121. Se prevé mantener este enfoque como modelo de la creciente labor del CCI en el diseño de estrategias, a medio y largo plazo.

SITUACIÓN PRESUPUESTARIA
Diseño y Gestión de la Estrategia de Exportación, Fase II
Al 31 de diciembre de 2005
(US\$)

Promesas de contribuciones 2005-2008						
	Gastos Jun.–dic. 05	Gastos proyectados Ene.–mayo 06	Total Jun. 05–mayo 06	Gastos proyectados Jun. 06–mayo 07	Gastos proyectados Jun. 07–mayo 08	PRESUPUESTO TOTAL
Personal de proyectos	116.481	373.465	489.946	462.000	462.000	1.413.946
Subvenciones a instituciones		0	0	13.500	13.500	27.000
Formación de grupo	198.801	176.734	375.535	261.000	261.000	897.535
Equipo	0	3.390	3.390	5.000	5.000	13.390
Varios	12.784	14.368	27.152	28.500	28.500	84.152
(A) Total	328.066	567.957	896.023	770.000	770.000	2.436.023
(B) Promesas de contribuciones			896.023	0	0	896.023
(C) Sumas recaudadas			896.023	0	0	896.023
(C–B) Excedente/(Déficit) Sumas recibidas frente a promesas de contribuciones			0	0	0	0
(B–A) Excedente/(Déficit) Promesas de contribuciones frente al presupuesto necesario			0	(770.000)	(770.000)	(1.540.000)

VERTIENTE III

122. Con relación al acuerdo del Comité Consultivo en septiembre de 2004, se creó una tercera Vertiente en el Fondo Fiduciario Global a principios de 2005 para que el CCI pudiera acceder a los fondos de la CE. Respecto a las consultas entre la Oficina de Cooperación EuropeAid de la Comisión (sección Asia) y el CCI, se emprendió una misión conjunta de programación y se identificaron varias oportunidades. Esto derivó en la preparación del “Fondo Fiduciario de Asistencia Técnica en materia de comercio”, un programa de tres años con un presupuesto de 5.000.000 euros. Para que esta y otras iniciativas comenzaran a funcionar y para que cumplieran el acuerdo de asociación entre la CE y las Naciones Unidas, había que cumplir una condición de participación en los gastos, entre el 6% y el 10% del presupuesto total de cada proyecto o programa. El CCI debía movilizar hasta un 10% y

la CE el 90% restante. El Gobierno de Dinamarca aportó US\$ 272.700 para un período de tres años (2004–2006) a este acuerdo de costos compartidos y el Gobierno de la China aportó US\$ 70.000. Además de estos recursos, el Fondo Fiduciario para Asia se ha beneficiado de un Experto Asociado, financiado por el Gobierno de Japón. Hasta la fecha, en el período 2004–2006 se han ingresado US\$ 675.535 para el Fondo Fiduciario para Asia (US\$ 332.350 en la Vertiente I y US\$ 343.185 en la Vertiente III) destinados a los proyectos financiados con fondos comunitarios en Bangladesh, Bhután, Pakistán y Sri Lanka, y a dos proyectos de promoción del comercio de servicios. En consecuencia, ya se han asignado todos los fondos disponibles en la Vertiente III y se espera que los gobiernos estudien la posibilidad de aportar más dinero a esta Vertiente.

Anexo I
FONDO FIDUCIARIO GLOBAL
Promesas de contribuciones y recursos disponibles, al 31 de diciembre de 2005
(US\$ – al tipo de cambio vigente en las Naciones Unidas)

DONANTE	PROMESAS DE CONTRIBUCIONES 2004-2008														SUMAS RECIBIDAS FRENTE A PROMESAS DE CONTRIBUCIONES 2004-2006										SUMAS QUE SE RECIBIRÁN		
	Vertiente I				Vertiente II				Vertiente III				Vertiente I				Vertiente II				Vertiente III				VI	VII	VIII
	Total	2004	2005	2006	Total	2004	2005	2006	2007-2008	Total	2004	2005	2006	Total	2004	2005	2006	Total	2004	2005	2006	Total	2004	2005	2006	2005	2005
ALEMANIA	-	-	-	-	6.659.407	1.956.240	2.395.475	2.307.692	-	-	-	-	-	-	-	-	-	4.351.715	1.956.240	2.395.475	-	-	-	-	-	-	-
CANADÁ	2.301.099	726.417	777.033	797.649	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.301.099	726.417	777.033	797.649	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
CHINA	-	-	-	-	-	-	-	-	-	70.000	-	70.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	70.000	-	-	-	-	-
DINAMARCA	3.379.736	1.638.560	1.741.176	-	-	-	-	-	-	272.705	90.902	90.902	90.901	3.379.736	1.638.560	1.741.176	-	-	-	-	-	90.902	90.902	90.902	90.901	-	-
FINLANDIA	778.093	251.777	526.316	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	778.093	251.777	526.316	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
INDIA	-	-	-	-	-100.000	50.000	50.000	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	50.000	50.000	-	-	-	-	-	-	50.000	-
IRLANDA	412.100	206.538	205.562	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	412.100	206.538	205.562	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
NORUEGA	885.761	427.746	458.015	-	2.044.015	784.202	1.259.813	-	-	-	-	-	-	885.761	427.746	458.015	-	2.044.015	784.202	1.259.813	-	-	-	-	-	-	-
PAISES BAJOS	-	-	-	-	1.252.995	294.118	160.061	266.272	532.544	-	-	-	-	-	-	-	-	454.179	294.118	160.061	-	-	-	-	-	-	-
REINO UNIDO	-	-	-	-	717.780	188.679	529.101	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	717.780	188.679	529.101	-	-	-	-	-	-	-
SUECIA	1.419.537	703.055	716.482	-	1.374.125	703.055	671.070	-	-	-	-	-	-	1.419.537	703.055	716.482	-	1.374.125	703.055	671.070	-	-	-	-	-	-	-
SUIZA	459.973	329.973	130.000	-	2.500.000	1.500.000	1.000.000	-	-	-	-	-	-	459.973	329.973	130.000	-	2.500.000	1.500.000	1.000.000	-	-	-	-	-	-	-
Otras aportaciones	14.976	-	14.976	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	14.976	-	14.976	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Intereses acumulados	109.909	63.316	46.593	-	103.597	50.162	53.435	-	-	-	-	-	-	109.909	63.316	46.593	-	103.597	50.162	53.435	-	-	-	-	-	-	-
Saldo arrastrado de la fase anterior de los programas VII	-	-	-	-	184.754	-	184.754	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	184.754	-	184.754	-	-	-	-	-	-	-
Excedentes de programas anteriores relacionados, cerrados	-	-	-	-	154.190	154.190	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	154.190	154.190	-	-	-	-	-	-	-	-
TOTAL	9.761.184	4.347.383	4.616.152	797.649	5.090.863	5.880.646	6.303.708	2.573.964	532.544	342.705	90.902	160.902	90.901	9.761.184	4.347.383	4.616.152	797.649	11.934.354	5.880.646	6.253.708	342.705	90.902	60.902	90.901	-	50.000	-

Anexo II
FONDO FIDUCIARIO GLOBAL
VERTIENTE II

Promesas de contribuciones y asignaciones a los distintos programas, al 31 de diciembre de 2005
(US\$ – al tipo de cambio vigente en las Naciones Unidas)

PROGRAMAS	DONANTES	PROMESAS DE CONTRIBUCIONES						SUMAS RECAUDADAS					SUMAS QUE SE RECIBIRÁN 2005	
		Total	2004	2005	2006	2007	2008	Total	frente a pro-mesas de contribuciones 2004	frente a pro-mesas de contribuciones 2005	frente a pro-mesas de contribuciones 2006	frente a pro-mesas de contribuciones 2007		frente a pro-mesas de contribuciones 2008
1. World Trade Net (Desarrollo empresarial y el Programa de Doha para el Desarrollo)	Alemania	752.291	473.934	278.357	-	-	-	752.291	473.934	278.357	-	-	-	-
	Noruega	344.083	99.808	244.275	-	-	-	344.083	99.808	244.275	-	-	-	-
	Reino Unido	188.679	188.679	-	-	-	-	188.679	188.679	-	-	-	-	-
	Suecia	621.834	393.711	228.123	-	-	-	621.834	393.711	228.123	-	-	-	-
	Suiza	650.000	350.000	300.000	-	-	-	650.000	350.000	300.000	-	-	-	-
	Intereses acumulados	24.893	9.212	15.681	-	-	-	24.893	9.212	15.681	-	-	-	-
	Arrastrado: Primera etapa	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Excedentes de programas anteriores relacionados, cerrados	154.190	154.190	-	-	-	-	154.190	154.190	-	-	-	-	-
	Total	2.735.970	1.669.534	1.066.436	-	-	-	2.735.970	1.669.534	1.066.436	-	-	-	-
	2. Promoción del Comercio Sur-Sur – nuevo ciclo	Alemania	790.85	473.934	316.751	-	-	-	790.885	473.934	316.751	-	-	-
Noruega		709.125	327.939	381.186	-	-	-	709.125	327.939	381.186	-	-	-	-
Países Bajos		626.499	147.059	80.030	133.136	133.136	133.136	227.089	147.059	80.030	-	-	-	-
Suecia		537.467	309.344	228.123	-	-	-	537.467	309.344	228.123	-	-	-	-
Suiza		550.000	350.000	200.000	-	-	-	550.000	350.000	200.000	-	-	-	-
Intereses acumulados		30.622	15.408	15.214	-	-	-	30.622	15.408	15.214	-	-	-	-
Arrastrado: fase anterior		135.150	-	135.150	-	-	-	135.150	-	135.150	-	-	-	-
Total		3.379.548	1.623.684	1.356.454	133.136	133.136	133.136	2.980.138	1.623.684	1.356.454	-	-	-	-
Alemania		1.114.383	593.680	520.703	-	-	-	1.114.383	593.680	520.703	-	-	-	-
India		100.000	50.000	50.000	-	-	-	50.000	50.000	-	-	-	-	50.000
3. Pasarela hacia el Comercio Electrónico para PYME – un programa de desarrollo de capacidades para el comercio facilitado electrónicamente	Noruega	295.254	142.582	152.672	-	-	-	295.254	142.582	152.672	-	-	-	-
	Suiza	200.000	150.000	50.000	-	-	-	200.000	150.000	50.000	-	-	-	-
	Intereses acumulados	24.645	15.417	9.228	-	-	-	24.645	15.417	9.228	-	-	-	-
	Arrastrado: fase anterior	49.604	-	49.604	-	-	-	49.604	-	49.604	-	-	-	-
	Total	1.783.886	951.679	832.207	-	-	-	1.733.887	951.679	782.207	-	-	-	50.000
	Alemania	1.756.456	414.692	454.190	887.574	-	-	888.882	414.692	454.190	-	-	-	-
	Noruega	519.217	213.873	305.344	-	-	-	519.217	213.873	305.344	-	-	-	-
	Países Bajos	626.498	147.059	80.030	133.136	133.136	133.136	227.089	147.059	80.030	-	-	-	-
	Reino Unido	264.550	-	264.550	-	-	-	264.550	-	264.550	-	-	-	-
	Suiza	1.000.000	650.000	350.000	-	-	-	1.000.000	650.000	350.000	-	-	-	-
4. Reducción de la Pobreza a través de las Exportaciones	Intereses acumulados	23.437	10.125	13.312	-	-	-	23.437	10.125	13.312	-	-	-	-
	Arrastrado: de GER/BTF	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Total	4.190.157	1.435.749	1.467.427	1.020.710	133.136	133.136	2.903.175	1.435.749	1.467.427	-	-	-	-
	Alemania	451.131	-	451.131	-	-	-	451.131	-	451.131	-	-	-	-
	Noruega	100.000	-	100.000	-	-	-	100.000	-	100.000	-	-	-	-
	Reino Unido	132.275	-	132.275	-	-	-	132.275	-	132.275	-	-	-	-
	Suecia	162.617	-	162.617	-	-	-	162.617	-	162.617	-	-	-	-
	Suiza	50.000	-	50.000	-	-	-	50.000	-	50.000	-	-	-	-
	Total	896.023	-	896.023	-	-	-	896.023	-	896.023	-	-	-	-
	5. ServiceExportNet	Alemania	374.343	-	374.343	-	-	-	374.343	-	374.343	-	-	-
Noruega		76.336	-	76.336	-	-	-	76.336	-	76.336	-	-	-	-
Reino Unido		132.275	-	132.275	-	-	-	132.275	-	132.275	-	-	-	-
Suecia		52.207	-	52.207	-	-	-	52.207	-	52.207	-	-	-	-
Suiza		50.000	-	50.000	-	-	-	50.000	-	50.000	-	-	-	-
Total		685.161	-	685.161	-	-	-	685.161	-	685.161	-	-	-	-
Alemania		1.420.118	-	-	1.420.118	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Noruega		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Suecia		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Total		1.420.118	-	-	1.420.118	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Otros														
PRESUPUESTO TOTAL		15.090.864	5.680.646	6.303.708	2.573.964	266.272	266.272	11.934.354	5.680.646	6.253.708	-	-	-	50.000

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 *Internet:* <http://www.intracen.org>