



# Centro de Comercio Internacional

UNCTAD / OMC

ITC/AG(XL)/210

## Informe Anual 2006



16 de marzo de 2007  
Original: Inglés

Grupo Consultivo Mixto del Centro de Comercio Internacional  
Cuadragésima reunión  
Ginebra, 25 - 27 de abril de 2007

Este Informe Anual debe leerse en combinación con los documentos que se adjuntan al mismo:  
el *Resumen de los Proyectos de Cooperación Técnica Operativos en 2006* (ITC/AG(XL)/210/Add.1), los *Cuadros Estadísticos* (ITC/AG(XL)/210/Add.2) y el *Fondo Fiduciario Global* y el *Informe del Comité Consultivo Mixto del Fondo Fiduciario Global* (ITC/AG(XL)/211)

Imágenes digitales: © CCI  
© Centro de Comercio Internacional 2007

# INFORME ANUAL 2006



# Prefacio

Estimadas partes interesadas,

En primer lugar me gustaría darles a todos las gracias por el apoyo, el asesoramiento y el cariño que me han brindado desde que tomé las riendas del CCI a comienzos de junio de 2006. Heredé de mi antecesor, Jean-Denis Bélisle, una organización próspera y prestigiosa, formada por un personal competente y muy trabajador. Quisiera también destacar la tremenda labor del Sr. Bélisle y su equipo directivo para asegurar que no hubiera ningún desfase durante el cambio de administración. En efecto, en todos los casos hubo una superposición entre los directores entrantes y el equipo saliente. No ha sido tarea fácil y, por ello, quisiera dedicar unas palabras de reconocimiento por el trabajo del Sr. Bélisle para lograr una perfecta transición al nuevo equipo directivo.

Uno de los primeros retos a abordar fue la reducción de la curva de aprendizaje del equipo nuevo, a través de un proceso de transición en el que se revisó el trabajo del CCI en el ámbito nacional, regional y global. También he sido afortunada al poder contar con las conclusiones y las recomendaciones del informe de evaluación externa del CCI, concluido a finales de 2005, que supuso un excelente punto de partida para la visión estratégica del CCI conforme avanzamos hacia adelante. La segunda mitad de 2006, que coincidió con mi primer semestre de mandato, se dedicó principalmente a la realización de un inventario completo de la oferta de productos y servicios del CCI, así como un análisis más detallado de las cuestiones clave mencionadas en el informe de evaluación externa.

A partir de toda la información recopilada durante el proceso de transición, una iniciativa clave fue la de comenzar un proceso de gestión de cambios para ejecutar muchas de las recomendaciones surgidas a raíz de las consultas. El resultado ha sido la elaboración de un Documento de Programa Consolidado (DPC) del CCI en el que se ofrece una visión completa del programa de trabajo para el año 2007 y posteriores, así como los resultados que se esperan obtener. El DPC es, sin lugar a dudas, un documento en constante evolución que se irá perfeccionando conforme vayamos avanzando en el proceso de cambios. No obstante, yo creo firmemente en la gestión a partir de los resultados y quiero que sepan que me esforzaré por establecer un marco de trabajo



de gestión del rendimiento que ayude al CCI y a sus partes interesadas a evaluar sus resultados de una forma clara, sistemática y transparente. Éste es el contexto en el que me complace compartir con ustedes el Informe Anual del CCI de 2006, que se basa en los principios rectores del DPC y es un intento por lograr una información basada en los resultados más dinámica de cara al futuro. Habrán notado también que se ha modificado el diseño del Informe en comparación con el de los años anteriores y que se les está distribuyendo en formato de CD para que resulte más económico.

La reunión del Grupo Consultivo Mixto del CCI, que se celebrará a finales de abril de 2007, se centrará principalmente en el nuevo CCI y, concretamente, en el DPC, si bien es cierto que tanto mis colegas como yo estaremos encantados de responder a todas las dudas que pudieran tener sobre el Informe Anual.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Patricia Francis'.

*Patricia Francis*  
*Directora Ejecutiva*  
*Centro de Comercio Internacional*



# Índice

Introducción	1
El papel del CCI en la Ayuda para el comercio	4
Puntos destacados del programa por objetivos estratégicos	7
Objetivo 1: Fortalecer la competitividad internacional de las empresas	9
Capacitar a las empresas para que elaboren estrategias empresariales internacionales sólidas	10
Capacitar a las empresas para que ajusten los requisitos de la oferta a los requisitos del mercado de destino	11
Capacitar a las empresas para que conviertan las oportunidades comerciales en negocios reales mediante el fortalecimiento del marketing de exportación	13
Objetivo 2: Desarrollar la capacidad de los proveedores de servicios comerciales para apoyar a las empresas	15
Capacitar a las IAC para que ofrezcan servicios que satisfagan las necesidades de las empresas cliente	16
Capacitar a las IAC para que elaboren e implanten estrategias de desarrollo de la exportación que incluyan intereses empresariales	20
Objetivo 3: Apoyar a los políticos en la integración del sector empresarial dentro de la economía global	21
Permitir a los responsables de la toma de decisiones que elaboren programas y políticas de desarrollo comercial eficaces	22
Permitir a los responsables de la toma de decisiones que establezcan marcos y mecanismos institucionales que mejoren los negocios nacionales y el entorno comercial	23
Permitir a los responsables de la toma de decisiones que integren la dimensión empresarial en las negociaciones comerciales	24
Actividades corporativas	27
Anexo I: Proyectos y actividades de cooperación técnica del CCI en 2006, por país y nivel de prestación de servicios	33
Anexo II: Estructuras de responsabilidad, supervisión y gobierno	61

# Abreviaturas

<b>4C</b>	Código Común para la Comunidad Cafetera
<b>AGCS</b>	Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios
<b>ASEAN</b>	Asociación de Naciones del Asia Sudoriental
<b>ATF</b>	Fondo Fiduciario para Asia
<b>ATIFTAP</b>	Asociación de Instituciones de Formación para el Comercio Exterior de Asia y el Pacífico
<b>BLSC</b>	Centro de Servicios sobre el Cuero de Bangladesh
<b>BMS</b>	Business Management System (Sistema de Gestión Empresarial)
<b>CCI</b>	Centro de Comercio Internacional
<b>CE</b>	Comisión Europea
<b>CEEAC</b>	Comunidad Económica de los Estados del África Central
<b>CEI</b>	Comunidad de Estados Independientes
<b>CEMAC</b>	Comunidad Económica y Monetaria del África Central
<b>CFI</b>	Corporación Financiera Internacional
<b>COMESA</b>	Mercado Común de África Oriental y Meridional
<b>COMPITE</b>	Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica
<b>DIC</b>	Departamento de Industria y Comercio (Sudáfrica)
<b>DPC</b>	Documento de Programa Consolidado
<b>FFG</b>	Fondo Fiduciario Global
<b>GCCSI</b>	Gestión de Compras y de la Cadena de Suministros Internacionales
<b>GCM</b>	Grupo Consultivo Mixto
<b>GCS</b>	Gestión de la cadena de suministros
<b>GTZ</b>	Agencia Alemana de Cooperación Técnica
<b>IAC</b>	Institución de apoyo al comercio
<b>IED</b>	Inversión extranjera directa
<b>ISO</b>	Organización Internacional de Normalización
<b>JITAP</b>	Programa Integrado Conjunto CCI/UNCTAD/OMC de Asistencia Técnica en Determinados Países Menos Adelantados de África y Otros Países Africanos
<b>LAN</b>	Red de área local
<b>MI</b>	Marco Integrado para la Asistencia Técnica en Actividades relacionadas con el Comercio de los Países Menos Adelantados
<b>OCDE</b>	Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos
<b>ODM</b>	Objetivos de Desarrollo del Milenio
<b>OIEC</b>	Organizaciones Europeas de Promoción Comercial
<b>OIC</b>	Organización Internacional del Café
<b>OMC</b>	Organización Mundial del Comercio
<b>OMPI</b>	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
<b>ONG</b>	Organización no gubernamental
<b>ONUDI</b>	Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial
<b>ONUG</b>	Oficina de las Naciones Unidas en Ginebra
<b>OPC</b>	Organización de promoción comercial
<b>PACCIA/PACT</b>	Programa para la Creación de Capacidad Comercial en África
<b>PMA</b>	Países menos adelantados
<b>PNUD</b>	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
<b>PRPE</b>	Programa de Reducción de la Pobreza a través de las Exportaciones
<b>PYME</b>	Pequeñas y medianas empresas
<b>SADC</b>	Comunidad del África Meridional para el Desarrollo
<b>SCM</b>	Sistema comercial multilateral
<b>seco</b>	Secretaría de Estado de Economía Suiza
<b>SISE</b>	Salon International des Services
<b>SMF</b>	Sistema Modular de Formación
<b>SWOT</b>	Análisis de fuerzas, debilidades, oportunidades y amenazas
<b>TI</b>	Tecnología de la información
<b>TIC</b>	Tecnología de la información y las comunicaciones
<b>TRTA</b>	Asistencia técnica en materia de comercio
<b>UNCTAD</b>	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
<b>UE</b>	Unión Europea
<b>UEMOA</b>	Unión Económica y Monetaria del África Occidental
<b>USAID</b>	Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional



# Introducción

## El nuevo enfoque del Informe Anual...

El Informe Anual de 2006 pretende ofrecer algunos de los puntos más destacados de las actividades del CCI en un formato fácil de usar y orientado a resultados. El marco de información refleja el nuevo documento de programa del CCI (más conocido como el Documento de Programa Consolidado o DPC). El nuevo formato se aprobó en la reunión informal del Grupo Consultivo Mixto (GCM) del CCI que tuvo lugar a finales de 2006 y se espera que en el futuro sea la base para la planificación estratégica, la movilización de recursos, el control y la información. No obstante, es importante destacar que 2006 fue un año de transición y, por tanto, este informe es solamente un paso hacia la dirección que el CCI desea seguir en el futuro en relación con la información corporativa. Por ello, el estilo del informe debería verse como un trabajo en curso más que como un producto terminado.

## ...ante un panorama cambiante del comercio mundial

El panorama del comercio mundial y el ámbito de la asistencia técnica en materia de comercio (TRTA) sufrieron importantes cambios en 2006. El comercio mundial de mercancías creció a un paso acelerado a lo largo del año. El volumen de las exportaciones mundiales creció más del 10% en comparación con el 7,4% de 2005, y su valor aumentó aproximadamente un 16%. Los países en desarrollo y los PMA demostraron un comportamiento muy sólido, con unas tasas medias de crecimiento de 6,5% y 7% respectivamente. Sin embargo, a pesar del buen rendimiento general, la cuota de los PMA en el comercio mundial se mantuvo por debajo del 1% debido a que siguieron expuestos a las fluctuaciones de los precios de los productos básicos, los elevados precios del petróleo y un posible debilitamiento de las economías de los países desarrollados<sup>1</sup>. En términos generales, se puede afirmar que aunque 2006 no trajo cambios significativos en las cuotas del comercio mundial para los países en desarrollo y en especial para los PMA, sí que hubo importantes cambios en cuanto a oportunidades para un mayor acceso al mercado, ascenso en la cadena de valor, descubrimiento de nichos y promoción de la innovación en los citados países. También fue un año en el que el entorno de la TRTA se vio grandemente influenciado por iniciativas clave como el trabajo para el desarrollo del Marco Integrado Mejorado (MI Mejorado) y los debates sobre la Ayuda para el comercio. El CCI participó activamente en la promoción de un mayor reconocimiento de estas iniciativas al destinar a uno de sus miembros al Grupo de Trabajo para la Transición al MI Mejorado. El grupo de trabajo también contactó con el CCI con el fin de presentarle una propuesta para albergar la nueva secretaría del MI Mejorado y/o administrar y gestionar su fondo fiduciario.

## Se creó un nuevo equipo ejecutivo de gestión...

Tras un intenso y estricto proceso de selección, se constituyó un nuevo equipo ejecutivo de gestión del CCI que llevó a cabo con éxito su plan de sucesión al otorgar la mitad de los puestos de responsabilidad a mujeres y equilibrar la representación de países desarrollados y en desarrollo, cumpliendo así dos de las metas clave de planificación de los recursos humanos de las Naciones Unidas. A la fluida implantación del plan de sucesión contribuyeron la puntual finalización de los ejercicios de selección y la provisión de un periodo de superposición entre todos los miembros entrantes y salientes. Todo esto fue posible gracias al esfuerzo del Director Ejecutivo anterior, J. Denis Bélisle, y su equipo ejecutivo de gestión, quienes cumplieron su misión de traspasar la organización al equipo nuevo de la mejor forma posible. Contaron con el liderazgo de la Organización Mundial de Comercio (OMC) y de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), órganos superiores del CCI. Los nuevos miembros del equipo ejecutivo de gestión aportan una amplia variedad de competencias y experiencia, unas cualidades que han resultado muy útiles a la hora de renovar la organización y transformarla en un centro de asistencia técnica de renombre y en un proveedor de TRATA muy eficiente y reputado.

<sup>1</sup> Naciones Unidas. Departamento de Asuntos Económicos y Sociales (DAES), División para las Políticas y el Análisis del Desarrollo (DPAD) Situación y perspectivas para la economía mundial, 2007. Resumen ejecutivo.

## ...y se inició el proceso de gestión de cambios

One of the first challenges for the new senior management team was to initiate a change management. Uno de los primeros retos a los que tuvo que hacer frente el nuevo equipo ejecutivo de gestión fue la puesta en marcha de un proceso de gestión de cambios con vistas a conducir a la organización hacia objetivos más ambiciosos y hacer de ella un centro técnico de excelencia. Las recomendaciones de la evaluación externa del CCI, patrocinada por un grupo de donantes, fueron un buen punto de partida para el proceso de transición que duró hasta finales de año. Se crearon una serie de grupos de trabajo temáticos compuestos por miembros del CCI con objeto de revisar los resultados principales y las recomendaciones del informe de evaluación y de hacer sugerencias con vistas a la implantación de sus recomendaciones. Dichos grupos examinaron materias tan variadas como la misión y la visión del CCI, la gestión basada en los resultados, la relación con los órganos superiores del CCI, las herramientas y servicios del CCI y sus respuestas a los ODM, así como su enfoque nacional y sus estándares de rendimiento. Los valiosos resultados del trabajo realizado por los equipos sirvieron como base a partir de la cual el CCI establecerá un nuevo modelo empresarial, con la intención de proporcionar el máximo valor a sus clientes, fijando con ellos las metas y estableciendo criterios de control y evaluación acordados con sus partes interesadas.

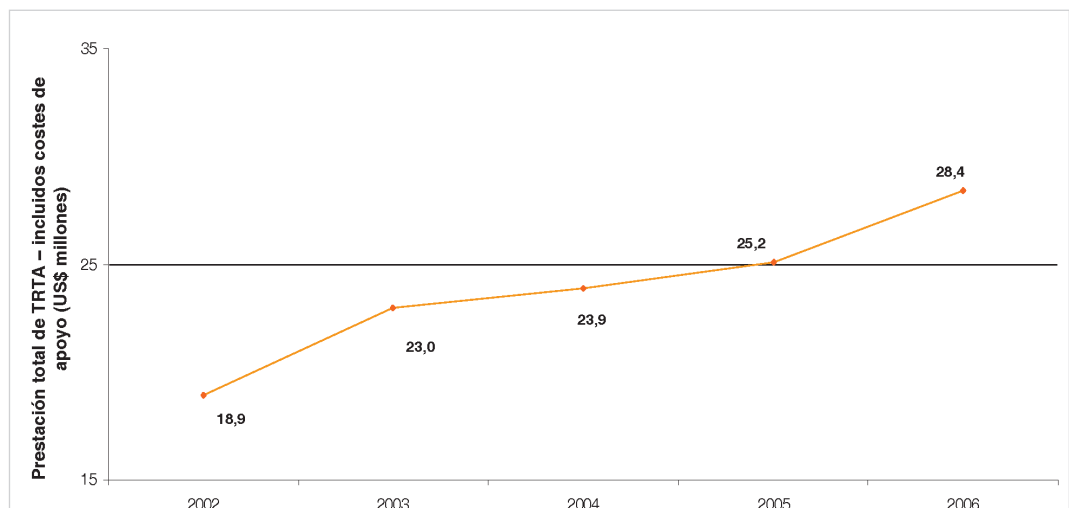
## ...centrándose en una programación y unos resultados consolidados

La preparación de un programa consolidado que reflejase la totalidad del programa de trabajo del CCI fue un paso clave para lograr mayor coherencia en el trabajo de la organización y establecer una orientación más clara hacia los resultados. El enfoque y la versión preliminar del DPC se presentaron en la reunión informal del GCM, donde fueron aprobados por las partes interesadas del CCI. Se estableció un programa con el fin de definir las estrategias regionales para las cinco regiones en las que el CCI presta asistencia técnica. Las partes interesadas del CCI acogieron bien este nuevo enfoque basado en consultas intensas con los representantes de Génova y de las capitales. El DPC ofreció un marco para presentar el plan de trabajo del CCI, los logros y resultados clave, así como la asignación de recursos de una forma sistemática, lógica y global.

## Aumentó la prestación de asistencia técnica...

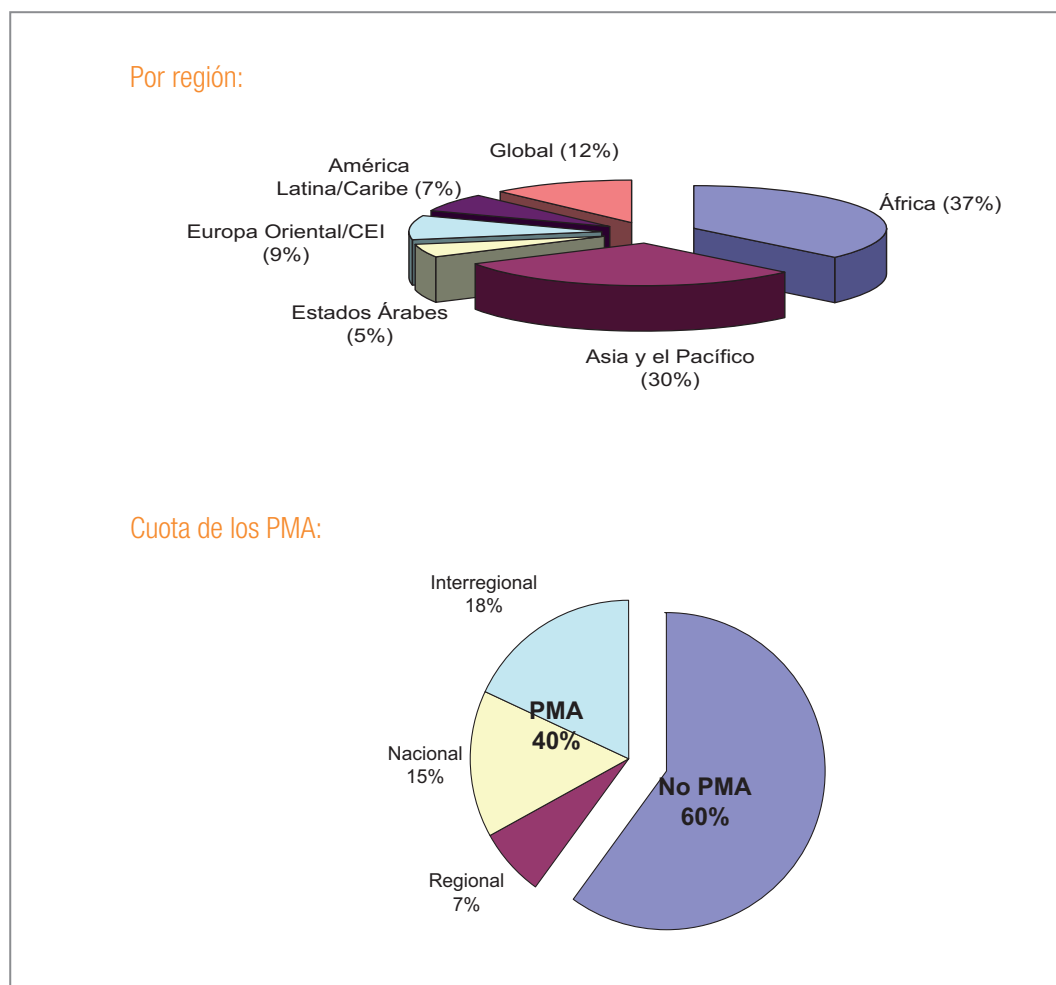
A pesar de los importantes cambios efectuados en el CCI y la cantidad de tiempo y esfuerzo invertidos por parte del personal para avanzar en el proceso de gestión de cambios, la prestación de asistencia técnica aumentó un 15% aproximadamente y alcanzó los US\$ 25,3 millones<sup>2</sup>.

### Crecimiento: 2002-2006



Se prestó asistencia a 150 países en el ámbito global, regional y nacional del CCI. África siguió siendo el receptor principal de asistencia del CCI: la cuota total de recursos destinados a África aumentó del 33% al 37%. También aumentó la cuota destinada a los PMA, que subió del 37% al 40% de la prestación total del CCI. En el Anexo I se incluye un inventario completo de las actividades del CCI en 2006, por país.

### Prestación de asistencia en 2006: US\$ 25,3 millones



Con la previsión de que la iniciativa Ayuda para el Comercio proporcione el marco global para la coordinación y la prestación de TRTA en el futuro, en el enfoque del DPC del CCI se destaca un claro esfuerzo por ajustar su programa de trabajo a las necesidades y los requisitos de los países cliente, dentro de la estructura de la Ayuda para el comercio.

## En un vistazo

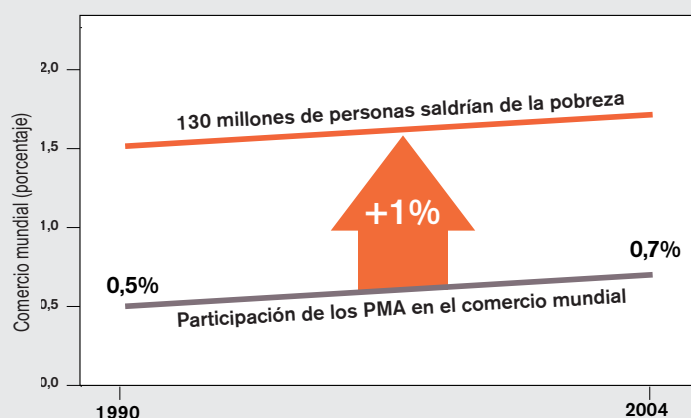
# El papel del CCI en la Ayuda para el comercio

### ¿Por qué es importante la Ayuda para el comercio?

*Los países en desarrollo no pueden sacar partido de los acuerdos sobre acceso a los mercados si no disponen de bienes y servicios competitivos para exportar. Necesitan asistencia en capacitación para entrar en los arduos mercados mundiales.*

*La participación de los 50 países más pobres representa apenas el 0,7% del comercio mundial. Si esa participación aumentara tan sólo un 1%, equitativamente entre todos los PMA, 130 millones de personas saldrán de la pobreza.*

### ¿Por qué es importante la Ayuda para el comercio?



### ¿Qué abarca la Ayuda para el comercio?

*La comunidad comercial coincide en que la Ayuda para el comercio es esencial. Hace falta un enfoque holístico para que los países puedan desarrollar su capacidad comercial en forma sostenible y coordinada. Este enfoque comprende cuatro puntos generales.*

**Política:** Asesorar a los gobiernos sobre estrategias nacionales que apoyen el desarrollo de las exportaciones y las posiciones en negociaciones bilaterales y multilaterales.

**Infraestructura:** Mejorar carreteras, puertos, servicios de interés público y demás infraestructura necesaria para el comercio.

**Ajuste financiero:** Compensar las reducciones de aranceles, el deterioro del sistema de preferencias y el costo de ajustarse a las normas internacionales.

**Oferta:** Ayudar a empresas y ramas del sector a desarrollar competencias y capacidades para que sean competitivas en los mercados globales.

### ¿Qué abarca la Ayuda para el comercio?

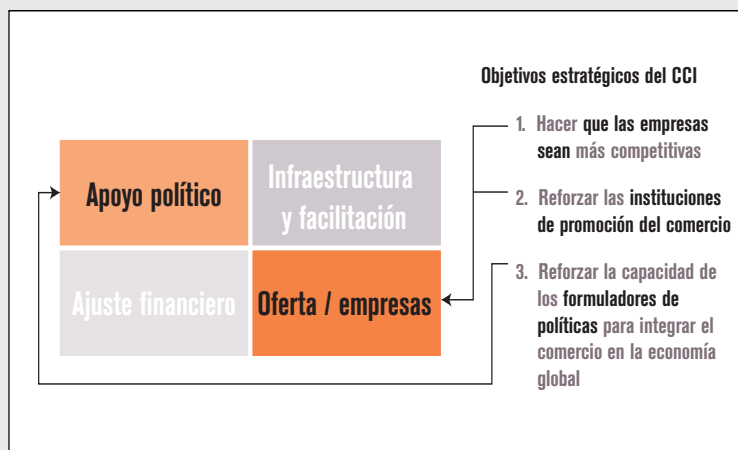


## Papel del CCI

El CCI aborda las necesidades de asistencia de los países en desarrollo en materia de política y oferta. Su principal objetivo siempre ha sido fomentar la capacidad comercial de las empresas y ramas del sector. Desde el inicio del Programa de Doha para el Desarrollo, el CCI también presta apoyo político.

Los tres objetivos estratégicos del CCI refuerzan ese compromiso con el desarrollo comercial.

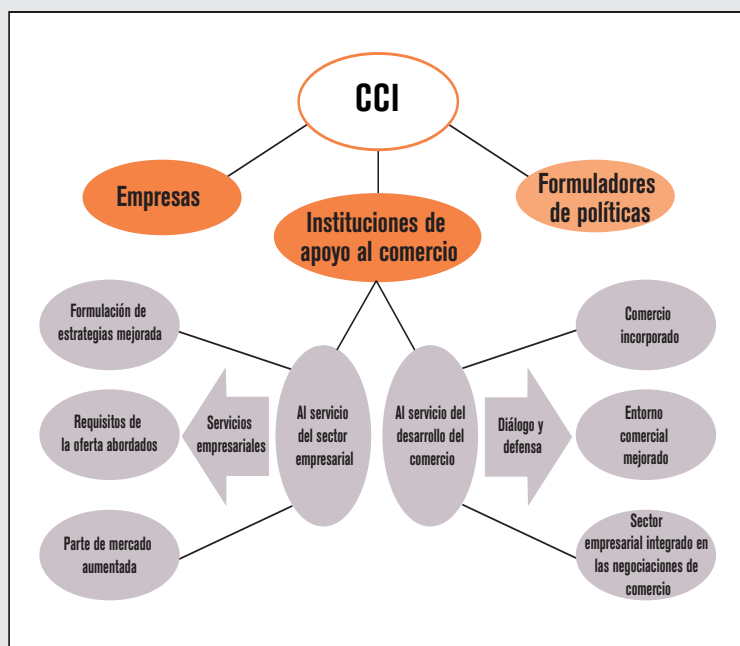
## Papel del CCI: Apoyo político y apoyo a la oferta



## En la práctica: Ayuda para el comercio que presta el CCI

El CCI trabaja con empresas, instituciones de apoyo al comercio y formuladores de políticas. La mayor parte de su asistencia está destinada, por un lado, a ayudar a instituciones de apoyo al comercio para que ofrezcan servicios a las comunidades empresariales y, por otro, a mejorar el diálogo con los formuladores de políticas y abogar por el comercio. El objetivo principal es incorporar el comercio en las políticas nacionales de desarrollo y aumentar la parte de mercado de las empresas nacionales en el mercado internacional.

## En la práctica: Ayuda para el comercio que presta el CCI



## Principios rectores

Responsabilización nacional, impacto medible y coherencia entre los proveedores de asistencia son los principios rectores del CCI.

### Responsabilización nacional

- Participación de las partes interesadas
- Integración del comercio en otras dimensiones del desarrollo

### Impacto medible

- Conjunto de objetivos e indicadores precisos
- Transparencia y rendición de cuentas

### Coherencia entre proveedores

- Focalización en las ventajas comparativas
- Ninguna labor aislada



# Puntos destacados del programa por objetivos estratégicos





# Objetivo 1: Fortalecer la competitividad internacional de las empresas

## Retos

Dado que el sistema comercial multilateral (SCM) hace que la globalización sea una realidad, los exportadores y, especialmente, las pequeñas empresas, afrontan retos crecientes que deben abordar obligatoriamente si quieren sobrevivir en un entorno empresarial tremendamente competitivo. Dichos retos van desde limitaciones superables en el ámbito de la oferta (producción, embalaje, requisitos normativos, financiación comercial) hasta la adquisición de información comercial e inteligencia de mercado vitales para aprovechar las tendencias de mercado y las oportunidades de acceso al mercado. Para los pequeños exportadores de los países en desarrollo y las economías en transición también resulta difícil la integración en las cadenas de valor regionales y globales, que son esenciales para su supervivencia. Esto supone una amenaza directa e inmediata y necesitan ayuda para hacer frente a estos retos.

## La respuesta del CCI

El CCI ofreció asistencia concreta a las empresas exportadoras mediante programas nacionales en curso o en respuesta a solicitudes de sus clientes. Las empresas recibieron apoyo relacionado con el desarrollo de los planes de exportación, la mejora de la calidad del producto y el embalaje, la obtención de un mayor acceso a la financiación comercial, la adquisición de capacidades de análisis de mercado, el uso más eficiente de la tecnología de la información y las comunicaciones (TIC), sobre todo en relación con la comercialización (creación de sitios web y comercio electrónico), y el contacto directo con los compradores (a través de la participación en ferias comerciales, reuniones entre compradores y vendedores y visitas de familiarización con el mercado).

Ejemplos de asistencia en el ámbito empresarial	Ejemplos de la cobertura nacional y regional
Mejora de las capacidades de análisis de mercado	Brasil, Nigeria, Omán
Mejora de las capacidades de desarrollo empresarial	Bolivia, El Salvador, Filipinas
Mejora del valor de la exportación	Bangladesh, Indonesia, Lesotho, Malasia, Sri Lanka
Optimización de las cadenas de suministros	Asia Central, Mauritania, Senegal, Sri Lanka
Desarrollo de capacidades de comercialización innovadoras	Etiopía, Ghana, Kenya, Uganda
Creación de vínculos empresariales	África Oriental, África Meridional, África Occidental

# Objetivo 1: Fortalecer la competitividad internacional de las empresas

## 1.1 Capacitar a las empresas para que elaboren estrategias empresariales internacionales sólidas

### Área de resultados

#### Mejores capacidades de análisis de mercado:

Mejoró la concienciación de las empresas sobre los requisitos del mercado de la exportación y aumentó su capacidad para identificar nichos de mercado de exportación.

#### Información comercial y análisis de mercado

**Identificación de los productos con elevado potencial de exportación.** Para finales de 2006, el portal de información sectorial de Product Map había construido una base de clientes directos de 23.400 usuarios registrados, más una estimación de 90.000 usuarios a través de los centros locales, incluyendo asociaciones con BrazilTradeNet, Team Canada, el Centro Omani de Promoción de la Inversión y Desarrollo de la Exportación (OCIPED) y la secretaría de la ASEAN. En 2006, el número total de visitantes individuales de Product Map alcanzó los 230.000. Aproximadamente 80 países tienen al menos un punto focal que distribuye acceso a la herramienta.

**Hacer que el comercio del café sea sostenible.** El Código Común para la Comunidad Cafetera, conocido como 4C, consiste en un conjunto de 30 principios que orientan a todos los actores del sector del café sobre la sostenibilidad económica, ambiental y social. La Asociación del 4C invitó al CCI a participar en sus talleres porque el sitio web de la Guía del Café del CCI contiene una importante cantidad de

información neutral y práctica sobre el comercio del café que encaja bien con los principios del 4C. El sitio web de la Guía del café ([www.laguiaedelcafe.org](http://www.laguiaedelcafe.org)) se presentó en varios talleres del 4C dirigidos a productores, procesadores y exportadores de café de África y Asia. El 4C cuenta con el apoyo de la Organización Internacional del Café (OIC), la Agencia Alemana de Cooperación Técnica (GTZ) y la Secretaría de Estado de Economía Suiza (**seco**), así como de muchas asociaciones de productores de café, varias casas pioneras del comercio de este producto y tostadores ([www.sustainable-coffee.net](http://www.sustainable-coffee.net)).

**Analizar las oportunidades de mercado.** Las actividades formativas del CCI para mejorar la forma de utilizar la información contaron con la creciente participación de asociaciones y empresas del sector privado, sobre todo a través de talleres de información comercial, eventos de creación de redes y talleres sobre la producción de perfiles de mercado.

**Impulsar a las empresas del sector servicios.** En respuesta a las necesidades expresadas por las PYME que participaron en ServiceExportNet, se elaboraron nuevos materiales de formación y productos informativos para destacar las últimas tendencias en los subsectores de servicios clave. Por ejemplo, el CCI publicó una guía para la financiación de las exportaciones de servicios, siendo la financiación un gran obstáculo para los exportadores de servicios debido a la falta de activos asociados normalmente a ellos. Se lanzó también la Red Nigeriana de Mujeres Exportadoras de Servicios para promocionar la colaboración y la asociación entre las mujeres empresarias. Al lanzamiento y a los posteriores talleres acudieron casi 300 mujeres, una clara señal de que hubo una deficiencia en la previsión.



Compañía cafetera "Café Monte Sión", El Salvador

**Mejora de las capacidades de desarrollo empresarial:**

Creación de capacidades de planificación empresarial, control financiero y gestión de la exportación en las empresas.

**Gestión de las empresas de exportación**

**Utilización de la TIC en las empresas.** 13 PM Enterprises es un fabricante de juegos y juguetes educativos y de ocio con sede en la ciudad de Quezón, Filipinas. La ATIFTAP, el centro regional de formación del CCI para Asia y el Pacífico, ayudó a 13 PM Enterprises en su expansión internacional al identificar sus necesidades con la herramienta informática e-SME. En el análisis se detectó que un control de inventarios deficiente y un espacio muy reducido estaban obstaculizando el desarrollo de la compañía. El CCI ayudó a la compañía a establecer su presencia en la Web ([www.13pment.com](http://www.13pment.com)) dentro del marco del programa E-Trade Bridge. El resultado es que ahora la empresa exporta con éxito a los Estados Unidos, Malasia y Singapur, y ha generado más de 150 solicitudes cualificadas y 80 pedidos nuevos, lo que representa un aumento de las ventas del 250%.

**Fomento del espíritu emprendedor.** Tres años después de haber recibido ayuda del CCI, la Universidad Privada Boliviana está utilizando la metodología y las herramientas del CCI para ofrecer cuatro cursos académicos, formar a los directores de las PYME dentro de un proyecto financiado por USAID y participar en proyectos de desarrollo comunitario cuyo objeto es la reducción de la pobreza. En El Salvador, el Programa de Iniciativa Empresarial del COMPITE ya está en su segundo año y cuenta con un grupo de alumnos formado por 60 directivos de PYME que están estudiando temas de gestión general basados en el Sistema de Gestión Empresarial (BMS) del CCI y la gestión de los recursos financieros. Los que terminan con éxito el programa tienen acceso seguro a una línea de crédito de una institución financiera. El COMPITE colabora con instituciones oficiales y organizaciones no gubernamentales (ONG) para impartir este programa.

## 1.2 Capacitar a las empresas para que ajusten los requisitos de la oferta a los requisitos del mercado de destino

**Mejora del valor de la exportación:**

Creación de capacidades de diversificación de productos y aportación de mayor valor en las empresas.

**Mejora del producto**

**Mejora de la calidad.** En Lesotho se organizó un taller sobre los requisitos de calidad y seguridad de las frutas y hortalizas, haciendo especial hincapié en los hongos. En Malawi se ofreció ayuda a 8 compañías para el establecimiento de sistemas de gestión de la calidad (ISO 9001) y a 12 compañías para crear un sistema de Análisis de Riesgos y de los Puntos Críticos de Control (HACCP). Se lanzó un manual en colaboración con la Organización Internacional de Normalización (ISO) para ayudar a las empresas de servicios a implantar la norma de calidad ISO 9001:2000.

**Cumplimiento con los requisitos de la Unión Europea (UE).** Una serie de empresas seleccionadas del sector pesquero de Indonesia recibieron asistencia para comprender y cumplir los requisitos de seguridad alimentaria del mercado de la UE, mientras que en Malasia se evaluaron las necesidades de formación de las empresas de dicho sector.

# Objetivo 1: Fortalecer la competitividad internacional de las empresas

**Mejora del embalaje.** El CCI ayudó a la industria de servicios de embalaje de Sri Lanka a elaborar un plan para cubrir las necesidades cambiantes de sus principales clientes de exportación de los sectores de alimentos frescos y procesados, té y especias. Se desarrollaron nuevas soluciones rentables juntando a los clientes y a los proveedores de servicios para examinar sus necesidades de embalaje a lo largo de la cadena de valor. Se dio prioridad a una estrategia para implantar las soluciones que está poniendo en marcha el Instituto de Embalaje de Sri Lanka.

**Racionalización del diseño, desarrollo y procesamiento del producto.** En Bangladesh se ofreció ayuda integrada sobre producción y marketing a 10 tenerías seleccionadas. La mejora en el ámbito de la oferta ayudó a las compañías a ascender en la cadena de valor añadido (del cuero crudo al cuero acabado) mediante la racionalización

de los procesos, la mejora de la calidad y la cantidad de la producción, la reducción de los impactos ambientales y el desarrollo de nuevos productos. Se elaboraron planes de desarrollo para cada una de las tenerías a fin de mantener los beneficios.



*Centro de embalaje, Senegal*

## Área de resultados

### Optimización de las cadenas de suministro:

Mejora de la capacidad de las empresas para gestionar las cadenas de suministro de forma efectiva.

### Gestión de la cadena de suministros (GCS)

**Integración de las cadenas de valor internacionales.** En Sri Lanka, el CCI ayudó a la industria de prendas de vestir a adquirir responsabilidades adicionales relacionadas con la cadena de valor a fin de atraer a compradores nuevos y exigentes de los mercados francés, alemán e indio. Una serie de compañías seleccionadas fueron expuestas a los requisitos del mercado y de los compradores y pudieron adaptar sus productos para satisfacer las demandas del ámbito de la oferta. Como resultado de ello, se hicieron pedidos de exportación que sumaron hasta un total de US\$ 900.000 con compradores franceses y un primer pedido por parte de un comprador indio por valor de US\$ 75.000. Además, los compradores alemanes confirmaron pedidos nuevos para 2007.

**Impulso de la industria agroalimentaria.** Las empresas procesadoras de fruta y hortalizas de Kazajistán, Kirguistán, Tayikistán y Uzbekistán recibieron ayuda para mejorar sus plantas de procesamiento, producir nuevas ofertas y elaborar planes de marketing para penetrar en nuevos mercados. En colaboración con proveedores de servicios empresariales locales, y a través de minuciosos análisis SWOT, las compañías mejoraron sus estándares de seguridad y calidad internacional, prácticas de embalaje y aprovisionamiento y actividades de marketing

comercial y realizaron mejoras de costes. El resultado fue que las empresas lograron ventas adicionales, concretamente en los mercados ruso y afgano, y ampliaron sus fuentes de suministro.

**Gestión de las cadenas de suministro.** En el Senegal, fabricantes de productos derivados de cereales y una cooperativa de miel orgánica que representaba a más de 5.000 pequeños recolectores de miel recibieron formación sobre desarrollo de nuevas gamas de productos y enfoques de mercado. Como resultado de ello, las empresas desarrollaron nuevas líneas de productos saludables y cosméticos naturales, que cada vez son más populares entre los habitantes de África Occidental y visitantes más pudientes. Tras trabajar en colaboración con productores de alimentos y proveedores de servicios de embalaje, las empresas descubrieron nuevos segmentos de mercado provechosos, al ver que había una gran demanda de embalaje sencillo y de bajo coste para los hogares más pobres de la región.

**Añadir valor a las exportaciones.** Las tenerías de Mauritania desarrollaron con éxito una nueva línea de exportaciones de pieles de camello al Pakistán y lograron unas ventas adicionales de 60 toneladas o US\$ 150.000, después de que el CCI reuniera a compradores internacionales y a propietarios de tenerías para convertir lo que antes eran productos de desecho en exportaciones de valor añadido.

# 1.3

## Capacitar a las empresas para que conviertan las oportunidades comerciales en negocios reales mediante el fortalecimiento del marketing de exportación

### Desarrollo de capacidades de comercialización innovadoras:

La comercialización de los productos y servicios de las empresas mejoró a través del diseño y el desarrollo de productos y del comercio electrónico.

Área de resultados

### Marketing y comercio electrónico

#### Innovación a través del marketing electrónico.

Un estudio de investigación realizado por el CCI señala que los compradores se abastecen cada vez más de productos orgánicos y naturales a través de Internet. Sin embargo, los proveedores de los países en desarrollo suelen carecer de los conocimientos necesarios para usar esta herramienta con el fin de llegar a compradores potenciales extranjeros. A través de una serie de talleres celebrados en Ghana, Kenya y Uganda, las PYME y las instituciones de apoyo al comercio (IAC) recibieron formación sobre cómo utilizar Internet para buscar e interpretar información de mercado. También recibieron formación en la creación y mantenimiento de sitios web, lo que permitió que varias empresas crearan sus propios sitios web. Además, como resultado directo de la misma, en Ghana se ha creado un nuevo negocio por un valor de US\$ 75.000. En Uganda y Kenya, varias asociaciones sectoriales han modificado el diseño de sus sitios web para aumentar la visibilidad de sus empresas afiliadas en Internet.

Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) y 12 pequeños productores de artículos de cuero, se creó una lujosa colección de complementos de moda en Etiopía con la marca Taytu. ONUDI ayudó en la creación de la colección inicial y el CCI ayudó a Taytu en la promoción y comercialización de la colección, en la creación de la imagen de la marca, en el contacto con los principales clientes del sector y en la exhibición de la colección en las muestras más importantes de complementos de moda (Première Classe y The Box) celebradas en París en otoño de 2006. Se realizaron pedidos inmediatos por valor de US\$ 25.000. Taytu recibió comentarios directamente del mercado y ha respondido con un detallado plan de trabajo para introducir nuevos productos en 2007/2008.



Moda ética, Etiopía

**Promoción de la moda ética.** Durante 2006 surgió la moda ética como un nuevo nicho en el que los consumidores buscan la incorporación de valores sociales y el disfrute de una clara especificidad cultural. A través de la cooperación entre el CCI, la Organización de las Naciones

### Creación de vínculos empresariales:

Creación de oportunidades comerciales internacionales y regionales para las empresas a través de actividades de búsqueda de intereses empresariales comunes y establecimiento de contactos.

Área de resultados

### Búsqueda de intereses empresariales comunes

#### Conexión de compradores y vendedores.

El CCI organizó una serie de actividades de búsqueda de intereses comunes para compradores y vendedores que permitió a las PYME promocionar sus productos y servicios dentro del contexto de los acuerdos de comercio regional existentes, creando

así cadenas de valor regionales para la competitividad global. En 2006, 750 PYME y 416 asociaciones empresariales de todo el mundo exploraron las posibilidades de asociacionismo industrial durante 14 reuniones entre compradores y vendedores y actividades de búsqueda de intereses comunes, a partir

# Objetivo 1: Fortalecer la competitividad internacional de las empresas

de los cuales surgieron nuevos negocios por un valor estimado de US\$ 32,5 millones en artículos de ayuda, algodón, alimentos, cuero, fármacos y servicios. Las PYME recibieron también formación sobre procedimientos de abastecimiento de artículos de ayuda, información comercial y gestión de la calidad para ayudarles a prepararse para sus reuniones con posibles socios comerciales.

**Impulso del cuero africano.** El evento Meet in Africa 2006, celebrado en El Cairo, Egipto, fue organizado por las instituciones egipcias de Expolink y las cámaras de comercio relacionadas con el cuero y cumplió el objetivo del CCI de que la muestra fuera un evento africano, tras haberse completado el programa del CCI de 2004. El CCI ofreció la asistencia de expertos técnicos y la **seco** respaldó la participación de empresas africanas. La muestra acogió a más de 6.000 visitantes y sólo los expositores egipcios ya notificaron unas ventas anticipadas de aproximadamente US\$ 50 millones.

**Exportación de algodón africano.** Al notar la creciente demanda de algodón por parte de la industria textil asiática, el CCI colaboró con los Gobiernos de China y de la India para ayudar a 48 proveedores de algodón africanos seleccionados a penetrar en dichos mercados. En China, el Ministerio de Comercio organizó un programa de formación de 20 días para exportadores de algodón de África Occidental procedentes de Benin, el Camerún, Côte d'Ivoire, Malí y Togo. En la India, el CCI colaboró con los Ministerios de Textiles y de Asuntos Exteriores para impartir una formación similar para los productores de algodón de África Oriental procedentes de Etiopía, la República Unida de Tanzania, Uganda y Zambia. Los participantes africanos conocieron de primera mano los requisitos de calidad de la industria textil asiática y los fabricantes de textiles chinos e indios pudieron hacerse una idea clara del potencial de importación de algodón africano. Se planificaron actividades de seguimiento para 2007.

# Objetivo 2: Desarrollar la capacidad de los proveedores de servicios comerciales para apoyar a las empresas

## Retos

Las instituciones de apoyo al comercio (IAC) o los proveedores de servicios de desarrollo empresarial, como se las conoce normalmente, juegan un papel fundamental a la hora de ayudar a las PYME exportadoras de los países en desarrollo a mejorar su rendimiento empresarial. Ofrecen una serie de servicios de apoyo cuyo objetivo es hacer que la empresa exportadora sea competitiva en el ámbito internacional. En los países en desarrollo, las IAC han de hacer frente a una serie de importantes retos. En primer lugar y más importante, destaca el reto de la creación de capacidades: las propias IAC necesitan estar al día sobre los últimos avances en materia de promoción del comercio para poder así ofrecer los servicios pertinentes a sus clientes. Pero la realidad suele ser muy distinta ya que dichas instituciones carecen de los recursos humanos y económicos necesarios para estar al corriente de las actividades de promoción del comercio. Entre las IAC se encuentra la organización de promoción comercial (OPC) que con frecuencia ha de hacer frente a las mayores necesidades de creación de capacidades, dada la diversidad de servicios de promoción comercial que se espera que ofrezca y los reducidos recursos humanos y financieros de que suele disponer.

La creación de redes es otro reto incluido en el contexto de los países en desarrollo. En una época en la que las empresas necesitan el apoyo de un gran número de IAC distintas (cámaras de comercio, asociaciones sectoriales, organismos de normativas, instituciones de embalaje, instituciones financieras, etc.) es obligatorio reunir a dichas IAC en una red conjunta a fin de ayudarles a ofrecer servicios mutuamente reforzados y complementarios. Por último, las AIC, y concretamente las OPC, han de superar el reto de la capacitación, por el cual se les prepara para desempeñar un papel activo a la hora de dar forma al entorno empresarial y participar en las conversaciones con el gobierno sobre asuntos empresariales clave. Es muy frecuente que las IAC estén fragmentadas en su acercamiento al gobierno y no hablen con una sola voz.

## La respuesta del CCI

El CCI respondió con la construcción de una capacidad comercial en un gran número de IAC. Los órganos normativos adquirieron acreditación internacional, se fortalecieron las instituciones de embalaje, se formaron formadores en materia de gestión empresarial y gestión de la cadena de suministro y se ofrecieron servicios de asesoría a las organizaciones de promoción comercial, y se crearon capacidades dentro de las mismas, entre las que cabe destacar el desarrollo de capacidades de gestión de información comercial y análisis de mercado, diseño de estrategias de exportación y capacidades de implantación, y capacidades para lanzar una empresa al mercado.

Ayuda ofrecida en ámbito de IAC	Ejemplos de la cobertura nacional y regional
Fortalecimiento de las capacidades operativas	Emiratos Árabes Unidos, Federación de Rusia, Liberia, Malawi, Namibia
Creación de capacidades de análisis comercial	Burkina Faso, Burundi, Etiopía, Ghana, Malí, Mozambique, República Democrática Popular Lao, Viet Nam, Zambia, CEMAC, UEMOA, América Latina
Creación de capacidades de asesoramiento	Bangladesh, Burkina Faso, Etiopía, Filipinas, India, Kirguistán, Lesotho, Malawi, Malasia, Malí, Mozambique, Níger, Nigeria, Senegal, Sri Lanka, Tayikistán, Uzbekistán, Viet Nam, ASEAN
Identificación de oportunidades de comercio regionales	Burundi, Etiopía, Kenya, Níger, República Unida de Tanzania, Rwanda, Sudán, Uganda
Desarrollo de estrategias y planes de implantación	Bangladesh, Camboya, Malí, Mauritania, Paraguay, República Popular Democrática de Corea, Senegal, Zambia

# Objetivo 2: Desarrollar la capacidad de los proveedores de servicios comerciales para apoyar a las empresas

## 2.1 Capacitar a las IAC para que ofrezcan servicios que satisfagan las necesidades de las empresas cliente

### Área de resultados

#### **Fortalecimiento de las capacidades operativas:**

Mejora de la efectividad institucional de las OPC.

#### **Fortalecimiento de las OPC**

**Formación de formadores.** El CCI organizó 53 talleres, seminarios y cursillos de formación de los que salieron 250 formadores nuevos en 20 países. Se fortaleció la red de instituciones afiliadas certificadas y se logró que fuera económicamente sostenible, incluyendo 10 nuevas instituciones asociadas que impartieron programas de formación de gestión empresarial.

**Desarrollo de materiales de formación.** En respuesta a las peticiones de los socios de campo, se desarrollaron 21 herramientas nuevas, materiales de formación y publicaciones de referencia, que se actualizaron y se agruparon en 6 lotes para facilitar su utilización. En Malawi y en los Emiratos Árabes Unidos se adaptaron algunas guías prácticas como La Clave del Comercio: Libro de Respuestas para el Exportador.

**Detección de las necesidades para proponer planes de acción a medida.** Misiones de detección realizadas en Liberia y Namibia para ayudar a reavivar o a dar un nuevo enfoque al desarrollo de las exportaciones (como parte de una iniciativa más amplia del Organismo Multilateral de Garantía de Inversiones/Banco

Mundial). Se trabajó dentro de una estructura jurídica y operativa adecuada para la nueva Agencia de Inversiones y Promoción de la Exportación de Sierra Leona (SLIEPA) que se espera reciba aprobación parlamentaria y esté operativa en 2007. El CCI siguió asesorando y animando a las autoridades de Moscú y Dubai en sus labores de establecimiento de OPC.

**Conexión de las instituciones de apoyo al comercio.** El CCI proporcionó apoyo durante la Sexta Conferencia Mundial de OPC y los Segundos Premios Mundiales para OPC, ahora programados para marzo de 2007 en Buenos Aires, Argentina. La conferencia de OPC sigue siendo la oportunidad bianual más importante para los directores ejecutivos y demás altos cargos de las OPC de reunirse e intercambiar información y puntos de vista sobre asuntos de importancia global para estas instituciones. El CCI fue un participante activo durante las reuniones de las redes regionales de OPC celebradas en el Caribe y en Europa: el Séptimo Foro de OPC del Gran Caribe y ETPO 48. Pese a trabajar con recursos limitados, el CCI ha seguido actualizando y promocionando el sitio web TPONet ([www.tpo-net.com](http://www.tpo-net.com)).

### Área de resultados

#### **Servicios de información comercial y creación de capacidades de análisis de mercado:**

Mejora de las capacidades de las IAC para analizar y divulgar información comercial y de mercado.

#### **Información comercial y análisis de mercado: herramientas y servicios adaptados para las IAC**

**Asesoramiento y formación de las IAC para que satisfagan las necesidades de los clientes.** El CCI contribuyó al fortalecimiento de los servicios de información de las IAC en Burundi, Etiopía, Ghana, Malí, Mozambique y Zambia, en África, y en la República Democrática Popular Lao y en Viet Nam, en Asia. El Centro

de Referencia para la Información Comercial del CCI siguió ofreciendo su servicio de respuesta a las solicitudes de información a las IAC de los países asociados y desarrolló una nueva estrategia para garantizar que sigue cubriendo las necesidades de sus clientes.



**Software de información empresarial a medida.**

Partiendo de la experiencia del establecimiento de redes nacionales y regionales, se está desarrollando un nuevo sistema de portales de información que permitirá a los socios de las IAC lanzar sitios web de bases de datos que ofrezcan acceso a fuentes de información empresarial, información corporativa y oportunidades empresariales. En Burkina Faso y Malí se ha empleado la telefonía móvil en colaboración con el proveedor nacional de telecomunicaciones y con organizaciones empresariales para ofrecer la información más actual sobre precios europeos a los exportadores de productos de horticultura.

**Uso de bases de datos y herramientas de análisis de mercado.**

El CCI siguió mejorando sus herramientas de análisis de mercado: Investment Map combinado con datos de inversión extranjera directa (IED) en el ámbito sectorial, TradeMap con datos de comercio bilateral en el ámbito arancelario para 90 países y MacMap con medidas arancelarias aplicadas en 178 países. Más de 75 instituciones de distintos países están ya utilizando y distribuyendo estas herramientas y la utilidad de TradeMap fue reconocida en un documento de 2006 de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) sobre asistencia relacionada con el comercio.

**Creación de redes regionales.** La construcción de una red regional de AIC prosiguió dentro del contexto del proyecto de expansión del comercio intrarregional e interregional entre los países de la Comunidad Económica y Monetaria del África Central (CEMAC) y la Unión Económica y Monetaria del África Occidental (UEMOA). El concepto de una red similar para los países de la Comisión del Océano Índico (COI), se inició en un foro regional y se continuará con él en 2007.

**Consulta a especialistas en información comercial latinoamericanos.**

Tras un taller internacional interactivo sobre información comercial celebrado en Quito, Ecuador, para más de 50 delegados, las organizaciones participantes de América Latina han iniciado una red regional de especialistas en información comercial. Los participantes se dieron cuenta de los beneficios de compartir conocimiento y experiencia en materias, como son la gestión de relaciones con el cliente, sistemas de control y vigilancia de la calidad, gestión efectiva de solicitudes de información, recuperación e intercambio de información relevante con herramientas de Web 2.0 y desarrollo de programas de formación efectivos para los servicios de información de las IAC y sus usuarios, tomándose el portal de formación virtual de Bancomext como un buen ejemplo en este campo.

**Construcción de capacidades de asesoramiento:**

Los servicios de apoyo de las IAC mejoraron en términos de garantía de la calidad, cumplimiento con las normas, embalaje, financiación comercial y derecho y con las actividades de desarrollo de la cadena de valor.

Área de resultados

**Provisión de otros servicios de apoyo por parte de las IAC****Mejora del acceso a la financiación comercial.**

Una nueva herramienta para evaluar el potencial emprendedor de las PYME y los programas de formación relevantes supuso una oportunidad para las PYME de acceder a unos recursos escasos a los que no hubieran podido acceder de otro modo. En la India, el Banco Exim destinó un presupuesto de US\$ 11 millones que se sumará como contingente de préstamos para las empresas que realicen por primera vez una evaluación empresarial a medida basada en las herramientas y metodologías del CCI. Durante el programa piloto, 65 PYME que de otro modo no hubieran podido participar, están ahora siendo consideradas para recibir apoyo. En Bangladesh, con un fuerte respaldo del CCI, el diseño de una línea de crédito específica para empresarios de pequeñas

empresas y microempresas del sector del cuero fue aceptado en principio por las instituciones financieras locales, mediante una carta de garantía del Centro de Servicios sobre el Cuero de Bangladesh (BLSC). Esta iniciativa será muy útil para facilitar el acceso a la financiación de las PYME en este sector prioritario.

**Garantía de la calidad.** Para ayudar a los países a demostrar su cumplimiento con los exigentes requisitos de mercado internacionales, especialmente los relacionados con los productos de la agroindustria, el CCI hizo hincapié en la mejora de la capacidad de reconocimiento internacional de los proveedores locales de servicios de garantía de calidad. Se ayudó a la Oficina de Normas de Malawi a actualizar su programa de certificación

## Objetivo 2: Desarrollar la capacidad de los proveedores de servicios comerciales para apoyar a las empresas

ISO 9001. Se realizó una evaluación de necesidades en varios laboratorios de pruebas de Bangladesh, Malawi y Tayikistán y se elaboró un plan de acción para su mejora con vistas a la obtención de acreditación internacional. El CCI ayudó a la Unidad de Maceración de Café del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural de Etiopía a crear siete laboratorios de calidad del café en zonas productoras de dicho producto.

**Creación de órganos de acreditación nacionales.** El Gobierno de Kirguistán, siguiendo el consejo del CCI, ha creado un órgano de acreditación nacional. Esto supone un cambio muy importante con respecto a su infraestructura de calidad heredada de la era soviética, en la que las actividades relacionadas con la normalización, evaluación de conformidades, metrología y acreditación se tramitaban en un solo organismo, y equipara a Kirguistán con la práctica internacional reconocida de separar los órganos de acreditación y evaluación de conformidades a fin de evitar que haya conflictos de intereses.

**Impulso de los sectores pesquero y de los cosméticos.** El CCI también ofreció asistencia a los sectores pesquero y de los cosméticos. Se impartió formación a inspectores pesqueros en Indonesia y se realizó una evaluación de necesidades para la autoridad pesquera de Malasia a fin de mejorar su capacidad. En una reunión tripartita de revisión celebrada en Filipinas se destacó el hecho de que la ayuda ofrecida por el CCI había mejorado la capacidad de la autoridad pesquera competente de cumplir los requisitos de la UE. Se impartió formación a más de 250 miembros de órganos reguladores en una serie de países seleccionados de la ASEAN para mejorar sus competencias en relación con el cumplimiento del Esquema Armonizado de Reglamentación de Cosméticos de la ASEAN, cuya entrada en vigor está prevista a partir de 2008.

**Fortalecimiento de los centros de arbitraje y mediación comercial.** El Simposio sobre la Gestión de los Centros de Resolución de Disputas Comerciales, "Chamonix II" acogió a directores de 72 instituciones de mediación y arbitraje procedentes de 60 países. De dicho evento cabe destacar el anuncio hecho por 26 instituciones africanas asistentes sobre la creación de la primera Asociación Panafricana de Mediación y Arbitraje. Como seguimiento del simposio, las instituciones africanas de arbitraje se reunieron en Sudáfrica y África Occidental y trataron las formas de fomentar la resolución de disputas comerciales en África, con el consiguiente ahorro de costes y mejora de la comunidad jurídica africana. Todos los participantes de dichos eventos asumieron sus propios gastos.

**Gestión de las cadenas de suministro internacionales.** 51 nuevas instituciones se unieron a la red global del Sistema Modular de Formación del CCI sobre Gestión de Compras y de la Cadena de Suministros Internacionales (SMF-GCCSI), con lo que ya son 126 organizaciones en 46 países, apoyadas por 900 formadores. En 2006, estas organizaciones formaron a personal de GCS procedente de más de 3.000 empresas de los países en desarrollo. El programa de certificación profesional basado en el SMF-GCCSI también creció, con la realización de 3.300 exámenes profesionales en 2006, lo que supone un aumento del 70% en comparación con el año anterior. El CCI y la Corporación de Desarrollo Industrial de Sudáfrica (IDC) organizaron una Mesa Redonda para África sobre SMF-GCSI en Johannesburgo en noviembre de 2006, que congregó a 30 participantes de 15 países africanos y condujo a un programa de acción para impartir formación de GCS en toda la región. El Programa de Reducción de la Pobreza a través de las Exportaciones (PRPE) del CCI también asesoró a las IAC de 12 países sobre la formación de los productores más desfavorecidos en temas de gestión de la cadena de suministro y calidad de exportación, y sobre el posicionamiento de productos que pueden ser suministrados por comunidades pobres.

**Formación de formadores en gestión empresarial.** Como resultado de la celebración de un taller del programa E-Trade Bridge, la Cámara de Comercio e Industria de Uzbekistán acordó el lanzamiento de un Instituto Internacional en cooperación con el CCI. El proyecto contara con la cofinanciación del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), lo que permitirá a la cámara formar a los formadores uzbekos en la utilización de las herramientas y los métodos de la Sección de Desarrollo de la Gestión Empresarial (EMDS). Los formadores serán destinados



Simposio sobre arbitraje, Chamonix, Francia

primero a Tashkent y Samarkand (Uzbekistán) y poco a poco irán cubriendo la totalidad de la región de Asia Central.

**Desarrollo de servicios de embalaje.** Centrados en el África Subsahariana y en Asia, los programas sobre embalaje del CCI cubrieron una amplia gama de actividades, incluidas la creación de capacidades de las cadenas de suministro de embalaje nacionales y regionales de Bangladesh, Nigeria, el Senegal, Sri Lanka y Viet Nam, y el inicio de una auditoría exhaustiva sobre las posibilidades de la cadena de suministro de embalaje en más de 10 países de la región subsahariana. El CCI organizó en Ginebra la primera conferencia global de expertos sobre educación en materia de

embalaje y el primer foro de expertos en gestión de residuos de embalaje, ambos destinados a países en desarrollo. Se ofrecieron servicios de asesoramiento a exportadores de Lesotho, Malí, Mozambique y Asia Central. Durante el año también tuvo lugar una reunión sectorial regional sobre el embalaje de las semillas oleaginosas para la exportación (Burkina Faso, Malí, Níger). En el Senegal, el CCI ayudó a la IAC de embalaje a elaborar su propia estrategia y sus propios planes de implantación para poder ofrecer servicios de apoyo directo a sectores de crecimiento prioritarios, como los alimentos procesados, en el marco de la estrategia de crecimiento acelerado del Gobierno (Stratégie de croissance accélérée [SCA]).

#### **Identificación de oportunidades de comercio regional:**

Promoción del comercio intrarregional a través de las IAC.

Área de resultados

### **Promoción del comercio intrarregional**

**Aprovechamiento de las oportunidades de comercio regional.** El CCI mejoró la capacidad de las IAC de identificar y divulgar información relacionada con oportunidades de comercio y de inversión y su habilidad para asumir mayores responsabilidades con vistas al desarrollo del comercio regional. Las IAC identificaron los sectores que presentaban potencial para el comercio regional y detectaron oportunidades comerciales. Bajo la dirección del CCI, 40 IAC de África, Asia y América Latina llevaron a cabo estudios sobre oferta y demanda de alimentos, productos farmacéuticos y material asistencial e identificaron empresas clave de dichos sectores. En colaboración con especialistas en obtención de ayuda humanitaria, IAC de Burundi, Etiopía, Kenya, Rwanda, el Sudán, la República Unida de Tanzania y Uganda realizaron misiones de auditoría y asesoramiento para evaluar las capacidades de oferta de las compañías para el mercado de obtención de ayuda.

**Integración de Níger en el comercio intrarregional.** A partir de una solicitud de la Cámara de Comercio, Agricultura e Industria de Níger (CCAIAN), un taller de formación del CCI ayudó a los representantes de IAC y organizaciones del sector privado a aprovechar el conocimiento y la experiencia del CCI para organizar reuniones entre vendedores y compradores y ferias de comercio. Los participantes aplicaron los conceptos aprendidos para mejorar la organización de la próxima Feria Internacional de Comercio de

Productos de Cuero y Productos Pecuarios (Niamey, septiembre de 2007). Prepararon un plan de acción y diseñaron un formulario de perfil corporativo para identificar las complementariedades comerciales existentes entre las compañías participantes, a fin de facilitar la preparación de programas de citas individuales. Los participantes valoraron la asistencia y sugirieron que continuase el apoyo.

**Promoción de coaliciones de servicio.** Se organizó el mayor encuentro "Puentes entre Fronteras" para asociaciones de industrias de servicios de los sectores del transporte, construcción y financiero, que contó con 300 participantes procedentes de 15 países del África Subsahariana. Surgieron alianzas con la Comunidad del África Meridional para el Desarrollo (SADC), el Mercado Común de África Oriental y Meridional (COMESA) y el Departamento de Industria y Comercio (DIC) de Sudáfrica. Como resultado, los participantes planificaron innumerables proyectos interregionales para estos sectores clave. En el Perú se organizó un evento similar que contó con la participación de más de 60 asociaciones procedentes de 6 países de América del Sur y como resultado del cual surgió un acuerdo de cooperación para organizar misiones comerciales suscrito por seis asociaciones del CCI.

# Objetivo 2: Desarrollar la capacidad de los proveedores de servicios comerciales para apoyar a las empresas

## ■ 2.2 Capacitar a las IAC para que elaboren e implanten estrategias de desarrollo de la exportación que incluyan intereses empresariales

Área de resultados

### **Desarrollo de estrategias y planes de implantación:**

Desarrollo de la capacidad de las IAC para contribuir de manera efectiva a la formulación y la implantación de estrategias de exportación.

### **Estrategias de exportación sectoriales para productos y servicios**

**Adquisición de técnicas de diagnóstico de la cadena de valor.** El CCI formó a IAC de Bangladesh, Camboya y la República Popular Democrática de Corea en la organización y la gestión de talleres para partes interesadas múltiples para valorar el rendimiento sectorial en materia de exportación y proponer soluciones. Los resultados de posteriores talleres respaldados por el CCI (gestionados por las IAC) contribuyeron a la planificación del diseño y la implantación de estrategias sectoriales para los sectores de la seda, el cuero y la ingeniería eléctrica. Se ha organizado una financiación plurianual para su implantación.

**Desarrollo de técnicas de diseño e implantación de estrategias.** El CCI trabajó con las IAC y en colaboración con agencias gubernamentales y partes interesadas

empresariales para transmitir su experiencia en diseño de estrategias y gestión de implantación a más de una docena de instituciones nacionales durante todo el año. Concretamente 8 IAC (Bangladesh, Camboya, Malawi, Malí, Mauritania, Paraguay, Senegal y Zambia) ya han realizado con éxito la integración de los resultados de las actividades de diseño de estrategias sectoriales de múltiples partes interesadas en políticas nacionales, programas de desarrollo económico (estudios de diagnóstico de integración comercial, estrategias de reducción de la pobreza, políticas y programas y planes nacionales de exportación) y en estrategias para incrementar su impacto en materia de desarrollo.

# Objetivo 3: Apoyar a los políticos en la integración del sector empresarial dentro de la economía global

## Retos

El éxito en las exportaciones también depende “del lado de la oferta política”. El sector privado (y concretamente las empresas pequeñas, medianas y las microempresas que pretenden exportar bienes y servicios) no sólo necesita legitimidad y reconocimiento, sino también un entorno de apoyo y favorable. Ésta ha sido una condición esencial para todos los países exportadores prósperos sin excepción, y este objetivo estratégico está relacionado con la ayuda a la promoción de dicho entorno favorable.

En el campo de la exportación, las alianzas productivas entre los sectores público y privado son resultado de varios factores. Una condición fundamental es la concienciación por parte de los gobiernos de las necesidades del sector privado y un claro compromiso político con la promoción de la exportación. Las políticas desempeñan un papel crucial. Un entorno político de apoyo sólo puede lograrse con una estrecha interacción de los sectores público y privado, a través de procesos de diálogo y consulta institucionalizada. Los gobiernos también determinan muchas otras condiciones que llevan al éxito de las exportaciones, entre ellas, las infraestructuras relacionadas con el comercio, los regímenes fiscales y los marcos jurídicos.

## La respuesta del CCI

El CCI apoya a los políticos en su labor de facilitar un entorno empresarial favorable a la exportación. Con una metodología ampliamente demostrada, el CCI ha ayudado a un creciente número de países a desarrollar sólidas estrategias de exportación nacionales, compatibles con los marcos de planificación nacionales y con los estudios de diagnóstico de la integración del comercio (EDIC), según corresponda. Se trata de unas estrategias globales, en el sentido de que abarcan todo el entorno comercial y señalan los requisitos políticos para facilitar la exportación. La metodología está basada en un proceso consultivo en el que participan el sector privado y todas las partes interesadas. Las estrategias nacionales de exportación también sirven para identificar los sectores con mayor potencial para la exportación. También surgen estrategias de exportación sectorial de los procesos de consulta. El CCI ayuda a los políticos a establecer mecanismos de implantación y control de las estrategias, incluidos consejos de promoción de la exportación en los que quedan representadas todas las partes interesadas relevantes.

También dentro de este objetivo, el CCI ayuda a analizar las implicaciones comerciales de las negociaciones comerciales en curso. Se trata de un proceso de doble vía. Se informa al sector privado de los detalles de los marcos de negociación emergentes y, a cambio, los gobiernos son informados de las inquietudes y oportunidades específicas de los sectores privados dentro de dichos marcos. Concretamente, los gobiernos y los sectores privados de cada país pueden ajustarse mejor y adaptarse a sus términos y condiciones específicos y también considerar otros escenarios alternativos.

Ayuda ofrecida en ámbito político	Ejemplos de la cobertura nacional y regional
Establecimiento e implantación de mecanismos para la estrategia de exportación	Belice, Botswana, Camboya, Fiji, Granada, Kazajstán, San Vicente y las Granadinas, Swazilandia, Uganda, Uruguay, Viet Nam.
Integración del comercio en las estrategias de desarrollo	Guinea
Establecimiento y conceptualización de procedimientos de facilitación del comercio	Benin, Rumania, Tayikistán, Viet Nam
Reflejo de las asociaciones entre los sectores público y privado en las negociaciones comerciales	Azerbaiyán, Belice, Botswana, Camerún, Etiopía, Kenya, Lesotho, Macedonia (ex República Yugoslava de), Montenegro, Madagascar, Malawi, Mauritania, Mauricio, Mozambique, Namibia, Nigeria, Pakistán, Panamá, Paraguay, República Unida de Tanzania, Senegal, Serbia, Seychelles, Sudáfrica, Uruguay, Zambia

# Objetivo 3: Apoyar a los políticos en la integración del sector empresarial dentro de la economía global

## 3.1 Permitir a los responsables de la toma de decisiones que elaboren programas y políticas de desarrollo comercial eficaces

Área de resultados

### Establecimiento e implantación de un mecanismo para la estrategia de exportación:

Mejóro la capacidad de los responsables de la toma de decisiones en el uso de estrategias (diseño) y técnicas de gestión, procesos y metodologías de exportación.

### Desarrollo e implantación de estrategias

**Desarrollo de estrategias de exportación nacionales.** En 2006 se ofreció asistencia técnica para el desarrollo de estrategias de exportación nacionales en varios países, entre ellos, Belice, Botswana, Camboya, Fiji, Granada, Kazajstán, San Vicente y las Granadinas, Swazilandia, Uganda, Uruguay y Viet Nam. En número de países que se han beneficiado de la asistencia del CCI desde el año 2003, ya supera los 25. En varios países, el apoyo vino de mano de la Secretaría de la Commonwealth.

**Desarrollo de estrategias sectoriales.** En el ámbito sectorial, el CCI hizo 12 intervenciones en 2006 cuyo resultado fue el diseño de estrategias integrales de desarrollo del comercio y la cadena de valor en 9 países.

**Fomento de la innovación.** El CCI siguió con su serie de consultas de "Innovaciones en la estrategia de exportación" para las que contó con la colaboración y la participación activa de

instituciones nacionales como el FAMEX de Túnez, la Asociación de Mujeres Empresarias de Egipto, el Bancomext de México, el Banco Exim de la India, el DIC de Sudáfrica, y el Ministerio de Economía y Comercio de Rumania, así como organizaciones internacionales como el Banco Mundial, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), ONUDI y la Corporación Financiera Internacional (CFI).

**Junta a los exportadores: el Foro Ejecutivo del CCI.** El debate global del Foro Ejecutivo fue el punto más destacado del programa de asistencia técnica del CCI sobre la gestión y el diseño de las estrategias de exportación. El tema del debate de 2006 fue "Desarrollo de la Exportación y Reducción de la Pobreza: Vínculos e Implicaciones Estratégicas". Más de 200 expertos ponentes y encargados de la toma de decisiones procedentes de 38 países se reunieron para definir las mejores prácticas en materia de desarrollo de la exportación, centrándose en la reducción de la pobreza. El Foro Ejecutivo supuso nuevas oportunidades para que el CCI pudiera iniciar o fortalecer su colaboración con otras organizaciones y resultó ser un evento con gran potencial para las iniciativas de proyectos nacionales y regionales.



Sra. Heidemarie Wieczorek-Zeul, Ministra Federal de Cooperación Económica y Desarrollo, Berlín, Alemania

### **Integración del comercio en las estrategias de desarrollo:**

Se incluyeron los aspectos comerciales en las estrategias de desarrollo y reducción de la pobreza regionales o nacionales.

Área de resultados

### **Alineación de estrategias**

#### **Respaldo del proceso del Marco Integrado.**

En 2006, el CCI apoyó el fortalecimiento del Marco Integrado (MI) adoptando una función activa en el proceso de transición y recalando la necesidad de una mayor participación del sector privado en todas las fases del proceso.

**Conexión de las IAC nacionales.** A través de un proceso de creación de redes nacionales, las IAC de Guinea recibieron ayuda para mejorar sus servicios a la comunidad empresarial a fin hacer que las empresas sean más competitivas en el ámbito internacional.

## **3.2** Permitir a los responsables de la toma de decisiones que establezcan marcos y mecanismos institucionales que mejoren los negocios nacionales y el entorno comercial

### **Establecimiento y puesta en marcha de procedimientos de facilitación del comercio:**

Se crearon marcos institucionales para el establecimiento de organismos nacionales de exportación y otras instituciones facilitadoras.

Área de resultados

### **Apoyo institucional**

**Creación y ayuda a los Consejos Nacionales de Exportaciones.** Los Consejos Nacionales de Exportaciones están formados por representantes de organizaciones relevantes procedentes de los sectores público y privado y ofrecen asesoramiento a los gobiernos sobre asuntos relacionados con el comercio a través de la orientación técnica del CCI. Rumania creó un Consejo Nacional de Exportaciones para garantizar un enfoque cohesivo en el diseño de la estrategia nacional de exportación del país, a fin de garantizar la asignación de recursos a las prioridades estratégicas y de supervisar la gestión eficaz de la implantación de la estrategia.

**Mejora de la arquitectura financiera comercial.** El CCI ha desarrollado una metodología para conectar a las PYME con los bancos, conocida con el nombre de Indicadores de finanzas comerciales. Durante 2006, el CCI y una serie de consultores nacionales utilizaron esta metodología para preparar un análisis de la infraestructura financiera comercial de Tayikistán y la gama de servicios financieros ofrecidos. Los resultados de dicho análisis se presentaron a las autoridades monetarias y a representantes del sector bancario, y se impartió formación a los proveedores de servicios financieros para introducir un amplio abanico de instrumentos financieros comerciales y específicamente seguros de crédito. Como resultado de estos

esfuerzos, coordinados con el Banco Europeo para la Reconstrucción y el Desarrollo (BERD) y con actividades de la CFI en el sector financiero más amplio, mejoró la capacidad de los proveedores de servicios financieros para analizar las solicitudes de crédito mediante la calificación crediticia y también aprendieron a comprender mejor las necesidades financieras de las empresas.

**Comprender el entorno jurídico.** Los 16 países africanos del Programa Integrado Conjunto CCI/UNCTAD/OMC de Asistencia Técnica en Determinados Países Menos Adelantados de África y Otros Países Africanos (JITAP) recibieron formación inicial sobre LegaCarta. También se desarrolló un proyecto piloto para Benin. En Rumania y en Viet Nam se celebraron una serie de programas intensivos por parte del Ministerio de Comercio en colaboración con los Ministerios de Justicia y Asuntos Exteriores, el Colegio de Abogados, las escuelas de derecho y la Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional (CNUDMI), la Organización Mundial de Aduanas (OMA), el Instituto Internacional para la Unificación del Derecho Privado (UNIDROIT), la Oficina de las Naciones Unidas contra la Droga y el Delito (ONUDD) y la Organización Marítima Internacional (OMI). En total, el programa LegaCarta fue utilizado en 43 países en 2006.

# Objetivo 3: Apoyar a los políticos en la integración del sector empresarial dentro de la economía global

## ■ 3.3 Permitir a los responsables de la toma de decisiones que integren la dimensión empresarial en las negociaciones comerciales

### Área de resultados

#### **Reflejo de las alianzas entre los sectores público y privado en las negociaciones comerciales:**

Desarrollo de capacidades operativas y mecanismos de consulta entre los sectores público, privado y civil sobre negociaciones comerciales multilaterales e interregionales.

#### **Política comercial de carácter empresarial**

**Integración de las empresas en el SCM.** El CCI ha establecido estrechos contactos con comunidades empresariales de los países en desarrollo a través de redes nacionales (redes de comercio mundial). En 2006, el número de redes alcanzó las 68 con la suma de 6 nuevos países (Azerbaiyán, Belice, la ex República Yugoslava de Macedonia, Montenegro, Serbia y Uruguay). Durante el año, el CCI se centró principalmente en la integración de la comunidad empresarial de los países en desarrollo y de las economías en transición en el SMC mediante análisis de las implicaciones comerciales del entorno comercial internacional emergente y la divulgación de las conclusiones a través de publicaciones, sitios web y reuniones entre los sectores público y privado.

**Comprender las implicaciones empresariales de las negociaciones comerciales.** La mesa redonda sobre agricultura del CCI (Ginebra, mayo de 2006) sirvió de estímulo para un debate entre los sectores público y privado en el que participaron negociadores comerciales, analistas de políticas comerciales, grupos empresariales de países desarrollados y en desarrollo y ONG, que se centraron en las implicaciones comerciales de las negociaciones en la agricultura. Un documento sobre las implicaciones comerciales y económicas de las negociaciones agrícolas ha sido ampliamente distribuido entre la comunidad empresarial de los países en desarrollo y se ha utilizado como material de apoyo en otros programas de formación.

#### **Fomento de la promoción empresarial.**

La Conferencia del CCI "Empresa para el Desarrollo" (Mauricio, agosto de 2006) congregó a representantes de Etiopía, Kenya, Lesotho, Madagascar, Malawi, Mauricio, Mozambique, Namibia, Nigeria, la República Unida de Tanzania, el Senegal, Seychelles, Sudáfrica y Zambia. En la reunión se debatió el potencial de los países en desarrollo para salir de los regímenes de comercio preferencial mediante la diversificación y la reestructuración de sus economías, hacia un sistema basado en la competitividad.

**Inclusión de las empresas en las negociaciones sobre el AGCS.** Se promovió la participación de la comunidad empresarial en las negociaciones sobre el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) en 15 países de África y Asia, mediante su inclusión en los estudios nacionales de exportadores de servicios. La iniciativa se amplió en 2006 mediante mesas redondas nacionales entre los sectores público y privado en Kenya, el Pakistán y Zambia y mediante dos sesiones de formación para negociadores con sede en las capitales de los 15 países sobre cómo utilizar esta información para formular las solicitudes y las ofertas de sus países.



**Establecimiento de centros de referencia y puntos de información sobre el SCM.** En 7 países del JITAP (Botswana, Camerún, Malawi, Mauritania, Mozambique, Senegal y Zambia), se establecieron tres centros de referencia para el uso del gobierno, el sector empresarial y académico y cuatro puntos nacionales de consulta sobre obstáculos técnicos al comercio (OTC), medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF), aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio (ADPIC) y los servicios. Tanto los centros de referencia como los puntos nacionales contaron con la documentación pertinente y con formación sobre gestión de la información. En total, el JITAP ha establecido 106 puntos de información sobre el SCM y los ha puesto en marcha a través de formación y material especializado en el SCM.

**Desarrollo de materiales de formación sobre el SCM para integrar la perspectiva empresarial.** El CCI complementó el trabajo de la OMC y del Instituto de las Naciones Unidas de Estudios Avanzados (ONU/IAS) a través de la introducción de la perspectiva empresarial en el currículum formativo y a través de la participación del sector privado en sus programas de formación de Panamá y Paraguay, y de profesores universitarios de la región del África Meridional. El CCI también intensificó su cooperación con la OMC, UNCTAD, el Banco Mundial, instituciones de investigación y grupos de fomento empresarial de países desarrollados y en desarrollo para la preparación de materiales de formación y para la divulgación de la información relacionada con las implicaciones comerciales de las negociaciones comerciales.



*Sra. Olubanke King-Akerele, Ministro de Comercio de Liberia, reunión informal del Grupo Consultivo Mixto del CCI, Ginebra, Suiza*



# Actividades corporativas

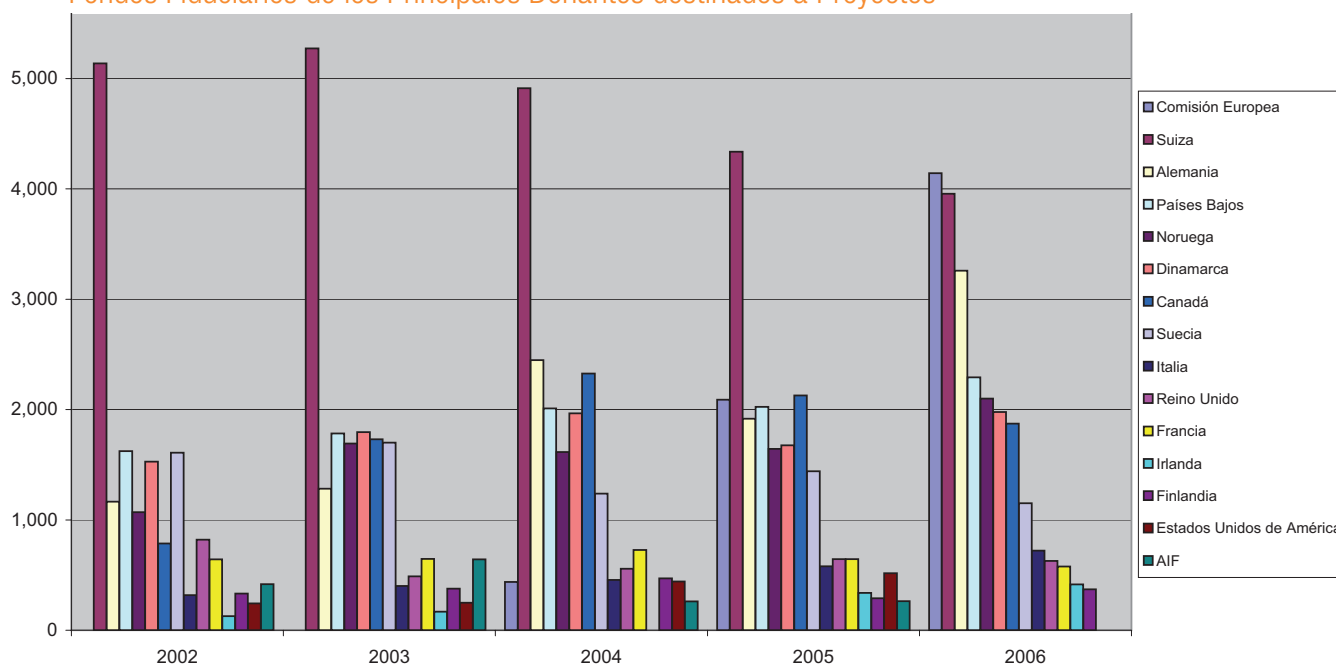
Se siguió un intenso programa de evaluaciones, ...

El programa de evaluación del CCI se había mantenido en un nivel básico a la luz de la evaluación externa que se estaba realizando entonces, pero en 2006 hubo un importante aumento del número de evaluaciones programáticas y temáticas. Se realizaron 5 grandes evaluaciones que cubrieron al JITAP, al Fondo Fiduciario para Asia, al proyecto financiado por la Comisión Europea en el Pakistán, al Programa de Reducción de la Pobreza a través de las Exportaciones (PRPE) y una evaluación de las actividades del CCI relacionadas con el SCM. El CCI elaboró por primera vez un informe sobre las evaluaciones para ser presentado al GCM y en el que se incluyen las recomendaciones clave, las respuestas del CCI y las lecciones aprendidas de las evaluaciones.

... se fortalecieron las relaciones con los donantes, ...

El nuevo equipo de gestión mantuvo consultas periódicas con los donantes del CCI tanto bilaterales como a través del Comité Consultivo del Fondo Fiduciario Global (FFG), el Comité Directivo del JITAP y el Grupo Directivo del MI. Durante el año, el Gobierno de Suecia anunció una contribución al CCI considerablemente más elevada, plurianual y sin un destino determinado. Se espera que haya más donantes que hallen la forma de seguir el ejemplo de Suecia. La creciente tendencia hacia la provisión de contribuciones plurianuales y sin un destino determinado fue bien acogida. Asimismo, reforzó la decisión del CCI de corresponder a dichos compromisos de los donantes con la Declaración de París sobre Efectividad de las Ayudas mediante un marco de control e información más orientado hacia los resultados y más transparente, en forma de DPC. Se espera que el enfoque del DPC ofrezca a los donantes un marco para que sean más o menos específicos sobre la forma en que esperan contribuir a las actividades del CCI durante un periodo plurianual. En el diagrama de barras que se indica a continuación se puede ver la asignación de los fondos de los donantes a los proyectos del CCI durante los últimos cinco años.

Fondos Fiduciarios de los Principales Donantes destinados a Proyectos



## ... se mejoraron las alianzas, ...

El CCI siguió fomentando sus excelentes alianzas con sus órganos superiores, la UNCTAD y la OMC. Con la UNCTAD, se celebraron reuniones periódicas en el ámbito laboral, se ejecutaron programas conjuntos (por ejemplo en el área de comercio de productos biológicos y mapas de inversión) y personas de ambas organizaciones participaron como personal de apoyo en eventos organizados por las dos agencias. A la UNCTAD se le facilitó acceso a una serie de portales seleccionados de la Intranet del CCI como primer paso para ayudarlo a controlar sus proyectos mediante un portal similar al portal de proyectos del CCI. Se ofreció acceso a las herramientas de inteligencia empresarial del CCI para acelerar el acceso a los datos de los formularios de los informes. La colaboración con la OMC fue intensa y variada, desde el trabajo conjunto en el área de análisis de mercado, hasta publicaciones conjuntas y misiones de asesoramiento. El CCI también hizo su aportación durante la preparación del plan de Cooperación Técnica de la OMC para 2007 y fue el anfitrión de los cursos de Política Comercial de la OMC. Tuvieron lugar debates periódicos y estratégicos a nivel de la alta dirección sobre diversos temas, incluidos el MI Mejorado y la Ayuda para el comercio.

El CCI intensificó sus alianzas actuales con organizaciones como la OMPI, el Banco Mundial y la ONUDI. Se invitó al personal del CCI a que hiciera presentaciones en varios actos del Banco Mundial, entre los que caben destacar eventos del ramo, y se debatieron posibles proyectos conjuntos. La Directora Ejecutiva del CCI contactó con el Consejo de Desarrollo Industrial de la ONUDI y el CCI colaboró activamente con la ONUDI en la tarea de clasificación de las actividades de TRTA y realizó un inventario de las mismas aplicable a todo el sistema de las Naciones Unidas. También se realizaron programas conjuntos en Etiopía, Bangladesh y el Pakistán. El CCI firmó un nuevo protocolo de inspecciones con la Comisión Económica para África y mantuvo estrechas consultas con la Secretaría de la Unión Africana. La colaboración con las agrupaciones económicas regionales, especialmente con las de África, así como con los bancos de desarrollo regional alcanzó su punto más álgido con varias perspectivas de proyectos conjuntos en trámite. El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) confirmó la financiación de un proyecto regional en América Latina para permitir a los exportadores de las PYME de los países en desarrollo que tengan un mayor acceso a los mercados de contratación de ayuda. Con el apoyo de la UE se puso en marcha un programa integral en colaboración con la secretaría de los Estados de África, el Caribe y el Pacífico (ACP) para el desarrollo de materias primas.

## ... y se hizo más hincapié en las comunicaciones.

Las comunicaciones fueron un tema clave de atención en la revisión de la transición de la dirección. Como resultado de dicha revisión se tomaron una serie de decisiones destinadas al fortalecimiento del equipo de comunicaciones, incluida la consolidación de las funciones relacionadas con las comunicaciones bajo una misma organización.

En 2006, el CCI siguió ampliando su difusión entre nuevos socios y áreas estratégicas con la revista Forum de Comercio. Entre los nuevos temas que se trataron en 2006 destacan las ONG, el comercio justo, la moda ética, la concienciación pública y la Ayuda para el comercio. La revista también lanzó su primera edición dedicada a un único tema, el comercio de servicios, que fue producida y distribuida en colaboración con organizaciones tunecinas durante el Salon International des Services (SISE), una importante feria de comercio de servicios. En la versión electrónica, una nueva sección para poder hacer comentarios fomentó el diálogo con los lectores, subrayando el compromiso del CCI de hacer de la revista un verdadero foro para el intercambio.

El crecimiento ha sido constante durante los seis años desde el lanzamiento del sitio web de la revista [www.forumdecomercio.org](http://www.forumdecomercio.org), con más de 1,2 millones de visitas recibidas en 2006. El número de visitantes crece más rápidamente en los países en desarrollo, sobre todo a través de los sitios en francés y en español. El sitio web cada vez se menciona más en los blogs relacionados con el comercio de servicios. Estas tendencias indican una demanda y un potencial altos de los servicios de Forum de Comercio.

## Forum de Comercio: Escriben nuestros lectores

---

Ofrecemos servicios de consultoría a las Autoridades Palestinas y a la Federación de Industrias Palestinas. Un tema principal es el desarrollo de la representación y la formación de la industria de servicios [...] para fomentar [...] las posiciones palestinas sobre el comercio de servicios con vistas a las negociaciones de acceso a EuroMed y a la OMC.

Dentro de este contexto descubrimos su excelente publicación, que nos gustaría llevar con nosotros a Ramala para distribuirla entre las partes interesadas. [...] Dado que la idea del comercio de servicios es bastante novedosa en Palestina, todos los “rompecabezas” que podamos encontrar nos serán de utilidad.

*Hannes Schloemann, Director, WTI Advisors Ltd. (Oxford/Ginebra)*

---

Un excelente Editorial sobre moda. Gracias a la lectura de sus interesantes artículos, me sentí realmente inspirado y con fuerzas renovadas para reducir la pobreza a través de la moda. Mis mejores deseos para todos los participantes en el Forum de Comercio.

*Alam Zeb Khan, Secretario Adjunto, Cámara de Comercio e Industria de Sarhad, Peshawar, Pakistán*

---

Soy un lector muy asiduo de Forum de Comercio. Debo felicitarles por su valiosa contribución y los excelentes materiales publicados en la revista.

*Madhawa Waidyaratna, Director Adjunto, Consejo de Desarrollo de Exportaciones de Sri Lanka*

---

Nuestra suscripción a Forum de Comercio nos coloca en una posición mucho más consolidada a la hora de ayudar a las PYME de nuestra importante región agro-industrial, que desean vender sus bienes y servicios a nivel internacional.

Nuestro personal aprecia los interesantes y prácticos contenidos de la revista. Colocamos todos los números en nuestra biblioteca de libre acceso para el público [...] Todos admiramos la magnífica presentación de la revista, que hace que su lectura sea fácil y agradable.

Muchas gracias en nuestro nombre y en el de todos los que se benefician de nuestra suscripción.

*A. Teddy García & Assoc., Asesores, Cuba*

---

Me gusta su práctico sitio Web de información. Me gustaría hablar sobre su solución para el desarrollo de las exportaciones de servicios. Creo que se han olvidado el problema más importante en los países en desarrollo: la comunicación. Todos sabemos que no puede existir ningún servicio sin la comunicación. Mi solución es que los gobiernos deben proporcionar un acceso gratuito a banda ancha a las pequeñas y medianas empresas de sector servicios. Así las empresas se verían motivadas para contratar los servicios de las PYME.

*Petronella du Toit, ZA Trade, Sudáfrica*

## Se han realizado avances en el desarrollo de los recursos humanos, ...

En su esfuerzo por mejorar el proceso de contratación y promoción del personal, el CCI ha presentado un sistema para presentar solicitudes en línea que permite a los candidatos a puestos vacantes enviar sus CV en formato electrónico a través de Internet. Este sistema acelerará el proceso de revisión interna de las candidaturas y, con el tiempo, proporcionará a la administración útiles estadísticas sobre las actividades de contratación que, por ejemplo, ayudarán a la organización a identificar las regiones geográficas que precisan de un esfuerzo de contratación más dirigido.

Al mismo tiempo que se desarrollaba el sistema de presentación de candidaturas en línea, el CCI revisaba sus políticas de contratación y promoción, alineándolas en gran medida con aquellas utilizadas en la Secretaría de las Naciones Unidas y, al mismo tiempo, adaptándolas a las necesidades del CCI en su calidad de pequeña organización cuyo objetivo es la asistencia técnica relativa al comercio.

## ... se llevaron a cabo actividades de formación, ...

La dirección superior adoptó una estrategia de formación elaborada en 2005 y guiará el programa del CCI para el desarrollo avanzado del personal. En 2006 se llevaron a cabo diversas actividades importantes dentro del área de la formación y el desarrollo de los recursos humanos. Se celebraron talleres completos de formación para la gestión de resultados destinados a los directores y al personal en general. Se realizó un taller sobre habilidades eficaces para entrevistas con el fin de introducir el concepto de las técnicas para entrevistas conductuales, preparando el terreno para la introducción de un marco de competencias del CCI en 2007 y consolidando el concepto de la gestión basada en resultados. Hubo también sesiones de consolidación de equipos entre diferentes divisiones dirigidas a un proyecto específico del CCI. El objetivo de dicha formación era optimizar la colaboración de un equipo de trabajo "real" y mejorar el desempeño general de los miembros del equipo y los resultados del conjunto del proyecto. En respuesta a los requisitos de auditoría, se organizaron sesiones de información y formación sobre compras dirigidas tanto a los censores jurados como al personal en general. La asistencia general a los cursos de gestión y supervisión alcanzó una cifra cercana a los 300 participantes, mientras que los cursos de actualización de conocimientos fundamentales, destrezas y otra formación especializada atrajeron a cerca de 400 participantes. La participación del público en las presentaciones internas durante la hora del almuerzo ascendió a 550 personas, y 200 trabajadores en prácticas asistieron a talleres específicos. El CCI continuó colaborando con la Sección de Capacitación y Perfeccionamiento del Personal de la ONUG y cerca de 150 empleados participaron en las sesiones de formación de comunicaciones, administración, tecnología de la información e idiomas de la ONUG.

## ... y aumentó el número de nombramientos en puestos de consultoría

La contratación de consultores continuó aumentando, con aproximadamente un 8% de contratos realizados más que en 2005. Los datos relativos a la distribución de los nombramientos de consultores por nacionalidad y género y por país de origen y país beneficiario aparecen en el apéndice estadístico al Informe Anual.

## La seguridad del personal continuó siendo una preocupación fundamental.

La seguridad del personal y los socios del CCI continuó siendo un aspecto importante. El apoyo al personal en misiones sobre el terreno se vio reforzado gracias al establecimiento de turnos de respuesta en la sede central y a la publicación de una circular advirtiendo al personal sobre los riesgos y medidas que debería adoptar durante las misiones sobre el terreno. En 2006 se llevó a cabo el proyecto de mejora de la seguridad física basado en los Normas Mínimas de Seguridad Operacional (MOSS) dentro del programa y presupuesto previstos.

## Se mejoraron los procesos de negocio gracias a una mejor utilización de la tecnología, ...

El CCI continuó invirtiendo en lograr la máxima contribución de la tecnología de la información (TI) a la mejora del rendimiento organizativo. El CCI aumentó la utilización de conexiones a distancia o basadas en la Web, como foros de debate en la Web, videoconferencias, herramientas de análisis y

formación basada en Internet. Para ampliar su alcance al menor coste posible, se dispuso la dotación de herramientas en línea, al tiempo que continuaron los esfuerzos para proporcionar acceso a documentos de trabajo y herramientas de TI a los empleados utilizando la plataforma de la Intranet. Se elaboraron directrices para los empleados relativas al uso adecuado de la TI y se proporcionó asesoramiento con respecto al desarrollo y la gestión de proyectos informáticos. Se adoptaron medidas para incrementar el acceso a la información y los servicios del CCI reduciendo los costes asociados, y para mejorar la utilización de la Intranet e Internet para la compilación, recuperación y difusión de la información.

## ... se consolidó la infraestructura de TI, ...

Durante el año se llevaron a cabo trabajos para la mejora de la infraestructura de TI mediante la actualización del sistema de almacenamiento central, instalando un nuevo servidor que permite analizar los registros Web y, por lo tanto, recabar información sobre la utilización, instalación y configuración de un nuevo motor de búsqueda para la Intranet para mejorar su eficacia y tiempo de respuesta, actualizando y migrando los servidores a un servidor Windows 2003 y mejorando así el rendimiento del sistema y la migración de todos los servidores de aplicaciones a IIS 6 .Net Framework 2.0, manteniéndonos al día en las tecnologías actuales. También se optimizaron las herramientas utilizadas para supervisar la red de área local (LAN).

## ... y la continuidad de los negocios continuó siendo una prioridad destacada.

Se ha llevado a cabo la planificación y adquisición de todos los equipos y software necesario para un emplazamiento de recuperación de desastres, incluido el multiplexado de la línea de transmisión entre el CCI y la ONUG. Se ha implementado una LAN privada virtual para el sistema de seguridad del CCI. Se ha instalado un nuevo sistema de autenticación para controlar el acceso a todas las aplicaciones del CCI y minimizar así el riesgo que presenta para los sistemas el acceso a los mismos de personas no autorizadas. Además, se ha actualizado el sistema de alimentación eléctrica de las salas de control para satisfacer adecuadamente las necesidades de mayor fiabilidad y utilización de TI.

## Se lograron economías de escala ...

Durante 2006 continuaron los esfuerzos para garantizar la máxima productividad a partir de los recursos confiados al CCI en representación de los países beneficiarios. El CCI continúa participando en licitaciones conjuntas con otras organizaciones internacionales más importantes en Ginebra, cuando se presenta la oportunidad, para aprovechar las ventajas de las economías de escala. La creciente sustitución de las impresoras personales por impresoras/copiadoras LAN de alta velocidad y la configuración de opciones predeterminadas para que todas las impresoras impriman a doble cara ha reducido el uso de papel.

## ... y se consolidó la supervisión interna.

En cumplimiento de las acciones llevadas a cabo dentro de Naciones Unidas para aumentar la eficacia de las funciones de supervisión, el CCI ha reforzado su supervisión interna mediante la creación de un comité de supervisión formado por representantes de sus dos organismos matriz. La función del comité es asesorar a la Directora Ejecutiva acerca de las actividades del CCI con respecto a las investigaciones y supervisión interna y externa, incluidos controles internos de las acciones correctivas recomendadas por los auditores. En el Anexo II es posible encontrar información más detallada sobre las estructuras de responsabilidad, supervisión y gobierno del CCI.





# Anexo I

Proyectos y actividades de cooperación técnica del CCI  
en 2006, por país y nivel de prestación de servicios



# Anexo I

## Proyectos y actividades de cooperación técnica del CCI en 2006, por país y nivel de prestación de servicios

El cuadro siguiente es una recopilación de los proyectos y actividades de cooperación técnica llevados a cabo o en marcha en 2006. Incluye: i) proyectos en curso nacionales y multi-países; ii) ejercicios de evaluación de necesidades y diseño de programas; iii) servicios de asesoramiento; iv) seminarios y talleres de creación de capacidades; v) publicaciones y herramientas del CCI adaptadas a los contextos nacionales y regionales; y vi) creación de redes y eventos promocionales.

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

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

El **nivel 2** implica la prestación de apoyo sobre el terreno de intensidad media en virtud de proyectos de varios organismos, con varios fines y en varios países (Marco Integrado, JITAP y el Programa para la creación de Capacidad Comercial en África – PACCIA/PACT).

El **nivel 3** ofrece apoyo sobre el terreno de alta intensidad, normalmente adaptado a los requisitos de una región o país específico. Se puede consultar información más pormenorizada en el corpus principal del Informe Anual y en el Apéndice 1: *Resumen de los proyectos de cooperación técnica operativos en 2006*.

	<b>País/zona</b>	<b>Mundial Nivel 1</b>	<b>Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2</b>	<b>Específico por país Nivel 3</b>
1	Afganistán*	Simposio de Chamonix II Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		
2	Albania	Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME Formación de gestión de información comercial		
3	Angola*	Puentes entre Fronteras: encuentro regional para servicios financieros, de transporte y construcción Mesa redonda para África del SMF–GCCSI Relanzamiento de la integración económica subregional de los Estados del África Central (CEEAC) Programa ServiceExportNet – Reunión anual Programa de formación de catedráticos de universidad en África Meridional sobre el desarrollo sostenible de la OMC Promoción del comercio Sur-Sur	MI	
4	Arabia Saudita	Publicación Navigator on e-Finance for SME Exporters in Developing Countries del CCI Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME Taller sobre telecomunicaciones y la OMC		
5	Argelia	Simposio de Chamonix II Financiación mediterránea para el comercio Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map Promoción del comercio Sur-Sur		Proyecto de financiación comercial La TRTA requiere evaluación

\* Países menos adelantados (PMA)

	<b>País/zona</b>	<b>Mundial Nivel 1</b>	<b>Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2</b>	<b>Específico por país Nivel 3</b>
6	Argentina	<p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Establecimiento de nuevos vínculos de mercado para los exportadores de productos farmacéuticos procedentes de países en desarrollo mediante el cumplimiento de los requisitos de la OMS</p> <p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>World Trade Net</p>		
7	Armenia	<p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p>		
8	Azerbaiyán	<p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>World Trade Net</p>		
9	Bahamas	Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		
10	Bangladesh*	<p>El sector empresarial y el desarrollo</p> <p>Consulta sobre igualdad de género, resultados de exportaciones y competitividad: un enfoque práctico</p> <p>Desarrollo de capacidades de apoyo a la formación y la consultoría en países de la ASEAN y de Asia Meridional basadas en el SMF-GCCSI del CCI</p> <p>Foro Ejecutivo</p> <p>Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI</p> <p>Formación y herramientas de análisis de mercado</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Evaluación de la capacidad en materia de servicios</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p>		<p>Proyecto ATF para el desarrollo del suministro y las exportaciones del sector del cuero</p> <p>Creación de un centro de servicios sobre el cuero para el desarrollo de las exportaciones (BLSC)</p> <p>Lanzamiento del componente del Programa de apoyo a la calidad (BQSP)</p>
11	Barbados	<p>ACS/CE – Participación en el Séptimo Foro de OPC del Gran Caribe</p> <p>Consulta sobre la estrategia de exportación y la función de la Organización para el Fomento del Comercio Nacional</p>		
12	Belarús	<p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>World Trade Net</p>		
13	Belice	<p>Consulta sobre la estrategia de exportación y la función de la Organización para el Fomento del Comercio Nacional</p> <p>Foro Ejecutivo</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>World Trade Net</p>		Proyecto de estrategias para la exportación nacional

	<b>País/zona</b>	<b>Mundial Nivel 1</b>	<b>Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2</b>	<b>Específico por país Nivel 3</b>
14	Benin*	<p>Puentes entre Fronteras: Encuentro Regional en Túnez, paralelo al Salon International des Services (SISE)</p> <p>Información comercial para el África Subsahariana</p> <p>Creación de capacidades de Diseño y Administración de Estrategias de Exportación Nacional en el África francófona</p> <p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Desarrollo de las exportaciones de algodón de África Occidental a China – Creación de capacidades para el cumplimiento de los requisitos del mercado chino relativos al algodón</p> <p>Formación sobre las leyes comerciales armonizadas de la organización para la armonización de la legislación empresarial en África (OHADA) entre empresarios y juristas en África</p> <p>Foro Ejecutivo</p> <p>Leatherline – Plataforma africana</p> <p>Formación y herramientas de análisis de mercado</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Consolidación de los servicios de arbitraje comercial</p> <p>Proyecto de asistencia técnica para promover el comercio de servicios</p>	MI JITAP	<p>Formulación de propuesta de proyecto de apoyo directo a empresas en la administración de la cadena de suministro</p> <p>Formulación de proyecto y misión de familiarización con Marco Integrado</p>
15	Bhután*	<p>Foro Ejecutivo</p> <p>Publicación Navigator on e-Finance for SME Exporters in Developing Countries del CCI</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p>		Proyecto de desarrollo comercial CCI/UE
16	Bolivia	<p>Programa E-Trade Bridge para PYME</p> <p>Foro Ejecutivo</p> <p>Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI</p> <p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Formación de gestión de información comercial</p> <p>Formación sobre exportación de servicios</p>		<p>Proyecto integrado de fomento de las exportaciones</p> <p>Proyecto PRPE de turismo comunitario en Copacabana</p>
17	Bosnia y Herzegovina	<p>Consulta sobre la relevancia de la creación de marcas nacionales para la estrategia de exportación</p> <p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p>		

\* Países menos adelantados (PMA)

	País/zona	Mundial Nivel 1	Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2	Específico por país Nivel 3
18	Botswana	<p>Puentes entre Fronteras: encuentro regional para servicios financieros, de transporte y construcción</p> <p>Creación de capacidades de Diseño y Administración de Estrategias de Exportación Nacional en Sudáfrica</p> <p>Consulta sobre la financiación de los grupos de exportación: opciones e implicaciones estratégicas</p> <p>Consulta sobre igualdad de género, resultados de exportaciones y competitividad: un enfoque práctico</p> <p>Consulta sobre la relevancia de la creación de marcas nacionales para la estrategia de exportación</p> <p>Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI</p> <p>Mesa redonda para África del SMF–GCCSI</p> <p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p>Programa ServiceExportNet – Reunión anual</p> <p>Programa de formación de catedráticos de universidad en África Meridional sobre el desarrollo sostenible de la OMC</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p>	JITAP	<p>Proyecto de estrategias para la exportación nacional</p> <p>Desarrollo de estrategias de exportación en el sector</p>
19	Brasil	<p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Consulta sobre la estrategia de exportación y la función de la Organización para el Fomento del Comercio Nacional</p> <p>Consulta sobre la financiación de los grupos de exportación: opciones e implicaciones estratégicas</p> <p>Consulta sobre la relevancia de la creación de marcas nacionales para la estrategia de exportación</p> <p>Mejora de los embalajes para exportaciones: desarrollo del currículo formativo</p> <p>Establecimiento de nuevos vínculos de mercado para los exportadores de productos farmacéuticos procedentes de países en desarrollo mediante el cumplimiento de los requisitos de la OMS</p> <p>Creación de capacidades de exportación: proveedores de servicios con discapacidades (Fase II)</p> <p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p>		<p>Proyecto de mejora de la competitividad mediante la promoción de las exportaciones y las inversiones</p> <p>Proyecto PRPE de turismo comunitario en Costa do Sauipe y en el estado de Bahía</p> <p>Proyecto de Minas Gerais para textiles y prendas de vestir, y análisis de mercado</p>
20	Brunei Darussalam	<p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p>		
21	Bulgaria	<p>Programa E-Trade Bridge para PYME</p> <p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Programa ServiceExportNet – Reunión anual</p>		
22	Burkina Faso*	<p>Puentes entre Fronteras: encuentro Regional en Túnez, paralelo al Salon International des Services (SISE)</p> <p>Información comercial para el África Subsahariana</p> <p>Creación de capacidades de Diseño de Estrategias de Exportación Nacional en el África francófona</p> <p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Leatherline – Plataforma africana</p> <p>Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Proyecto de asistencia técnica para promover el comercio de servicios</p>	<p>MI</p> <p>JITAP</p>	<p>Formulación de un proyecto de marco integrado</p> <p>Lanzamiento de un proyecto Trade at Hand</p>

	<b>País/zona</b>	<b>Mundial Nivel 1</b>	<b>Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2</b>	<b>Específico por país Nivel 3</b>
23	Burundi*	<p>Puentes entre Fronteras: encuentro regional para servicios financieros, de transporte y construcción</p> <p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Gestión de la información y análisis de mercado para IAC africanas</p> <p>Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Relanzamiento de la integración económica subregional de los Estados del África Central (CEEAC)</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Proyecto de asistencia técnica para promover el comercio de servicios</p>	MI	Proyecto PRPE para el desarrollo de exportaciones de aceites esenciales
24	Cabo Verde*	Información comercial para el África Subsahariana		
25	Camboya*	<p>El sector empresarial y el desarrollo</p> <p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Consulta sobre la financiación de los grupos de exportación: opciones e implicaciones estratégicas</p> <p>Consulta sobre igualdad de género, resultados de exportaciones y competitividad: un enfoque práctico</p> <p>Consulta sobre la suscripción de promociones a la exportación: mejores prácticas en el funcionamiento y gestión de un sistema de subvenciones adecuado</p> <p>Desarrollo de capacidades de apoyo a la formación y la consultoría en países de la ASEAN y de Asia Meridional basadas en el SMF-GCCSI del CCI</p> <p>Foro Ejecutivo</p> <p>Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI</p> <p>Aspectos jurídicos del comercio exterior</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Mejora de la capacidad de una serie de países miembros de la ASEAN seleccionados para implantar el Sistema Armonizado de Reglamentación de Cosméticos</p>	MI	<p>Proyecto ATF de apoyo al enfoque sectorial del comercio en Camboya</p> <p>Proyecto PRPE de turismo comunitario en la provincia de Siem Reap con el Banco Mundial</p> <p>Proyecto PRPE de desarrollo de estrategias de exportación para el sector de la seda</p> <p>Proyecto de estrategias para la exportación nacional</p> <p>Apoyo a la promoción del comercio y al desarrollo de las exportaciones</p>
26	Camerún	<p>Información comercial para el África Subsahariana</p> <p>Creación de capacidades de Diseño de Estrategias de Exportación Nacional en el África francófona</p> <p>Desarrollo de las exportaciones de algodón de África Occidental a China – Creación de capacidades para el cumplimiento de los requisitos del mercado chino relativos al algodón</p> <p>Formación sobre las leyes comerciales armonizadas de la organización para la armonización de la legislación empresarial en África (OHADA) entre empresarios y juristas en África</p> <p>Leatherline – Plataforma africana</p> <p>Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p>Relanzamiento de la integración económica subregional de los Estados del África Central (CEEAC)</p> <p>Consolidación de los servicios de arbitraje comercial</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p>	JITAP	Desarrollo de estrategias de exportación en el sector

\* Países menos adelantados (PMA)

	<b>País/zona</b>	<b>Mundial Nivel 1</b>	<b>Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2</b>	<b>Específico por país Nivel 3</b>
27	Colombia	<p> Sesión informativa sobre el estado de ejecución del Programa de Doha para el Desarrollo</p> <p> Simposio de Chamonix II</p> <p> Establecimiento de nuevos vínculos de mercado para los exportadores de productos farmacéuticos procedentes de países en desarrollo mediante el cumplimiento de los requisitos de la OMS</p> <p> Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI</p> <p> Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p> Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p> Programa ServiceExportNet</p> <p> Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p> Formación de gestión de información comercial</p> <p> World Trade Net</p>		EPRP project to develop community-based tourism at San Andres and Providencia
28	Comoras*	<p> Información comercial para el África Subsahariana</p> <p> Promoción del comercio Sur-Sur</p>	MI	
29	Congo	<p> Información comercial para el África Subsahariana</p> <p> Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p> Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p> Relanzamiento de la integración económica subregional de los Estados del África Central (CEEAC)</p> <p> Consolidación de los servicios de arbitraje comercial</p> <p> Promoción del comercio Sur-Sur</p>		
30	Congo, República Democrática del*	<p> Información comercial para el África Subsahariana</p> <p> Simposio de Chamonix II</p> <p> Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p> Relanzamiento de la integración económica subregional de los Estados del África Central (CEEAC)</p> <p> Consolidación de los servicios de arbitraje comercial</p> <p> Programa de formación de catedráticos de universidad en África Meridional sobre el desarrollo sostenible de la OMC</p> <p> Promoción del comercio Sur-Sur</p>		
31	Corea, República de	<p> Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p>		
32	Corea, República Popular Democrática de			Proyecto ATF para la creación de capacidades para el acceso al mercado de las exportaciones
33	Costa Rica	<p> Adaptación del Manual sobre Arbitraje Internacional</p> <p> Simposio de Chamonix II</p> <p> Consulta sobre la estrategia de exportación y la función de la Organización para el Fomento del Comercio Nacional</p> <p> Desarrollo de un proyecto a gran escala para la mejora de la competitividad del sector del vestido en América Central</p> <p> Foro Ejecutivo</p> <p> Formación y herramientas de análisis de mercado</p> <p> Taller regional sobre la explotación del Acuerdo de Libre Comercio de América Central (CAFTA) para el sector textil y del vestido</p> <p> Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p> Formación de gestión de información comercial</p>		



	País/zona	Mundial Nivel 1	Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2	Específico por país Nivel 3
34	Côte d'Ivoire	<p>Información comercial para el África Subsahariana</p> <p>Creación de capacidades de Diseño y Administración de Estrategias de Exportación Nacional en el África francófona</p> <p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Desarrollo de las exportaciones de algodón de África Occidental a China – Creación de capacidades para el cumplimiento de los requisitos del mercado chino relativos al algodón</p> <p>Foro Ejecutivo</p> <p>Leatherline – Plataforma africana</p> <p>Socios para el envasado: refuerzo de la red</p> <p>Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Consolidación de los servicios de arbitraje comercial</p>	JITAP	
35	Croacia	<p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Programa ServiceExportNet</p> <p>World Trade Net</p>		
36	Cuba	<p>Consulta sobre la relevancia de la creación de marcas nacionales para la estrategia de exportación</p> <p>Consulta sobre la función de la Organización para el Fomento del Comercio Nacional</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Formación de gestión de información comercial</p>		Creación de un equipo acreditado por el CCI formado por consultores de desarrollo de gestión
37	Chad*	<p>Información comercial para el África Subsahariana</p> <p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Leatherline – Plataforma africana</p> <p>Relanzamiento de la integración económica subregional de los Estados del África Central (CEEAC)</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p>	MI	Formulación de proyecto y misión de familiarización con Marco Integrado
38	Chile	<p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Formación de gestión de información comercial</p>		
39	China	<p>V Mesa Redonda para la Asociación de Cámaras Internacionales</p> <p>El sector empresarial y el desarrollo</p> <p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Mejora de los embalajes para exportaciones: desarrollo del currículo formativo</p> <p>Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI</p> <p>Formación y herramientas de análisis de mercado</p> <p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Formación de gestión de información comercial</p>		<p>Proyecto ATF para el desarrollo de la exportación de alfombras tibetanas tejidas a mano</p> <p>Consejo del CCI–China para el Fomento de las asociaciones comerciales internacionales para la creación de capacidades de formación comercial</p> <p>Proyecto piloto para el desarrollo de las exportaciones de manzanas frescas de la provincia de Shaanxi</p>
40	Djibouti*	<p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Asistencia relativa al AGCS</p> <p>Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p>	MI	<p>Proyecto MI para la consolidación de la estructura institucional</p> <p>Proyecto MI para el desarrollo del sector turístico</p>

\* Países menos adelantados (PMA)

	<b>País/zona</b>	<b>Mundial Nivel 1</b>	<b>Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2</b>	<b>Específico por país Nivel 3</b>
41	Dominica	Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		
42	Ecuador	Consulta sobre la relevancia de la creación de marcas nacionales para la estrategia de exportación Consulta sobre la suscripción de promociones a la exportación: mejores prácticas en el funcionamiento y gestión de un sistema de subvenciones adecuado Foro Ejecutivo Formación y herramientas de análisis de mercado Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME Formación de gestión de información comercial Programa ServiceExportNet – Reunión anual Reuniones de World Trade Net		Formulación de propuesta de proyecto de estrategia de exportación sectorial
43	Egipto	Puentes entre Fronteras: evento para mujeres empresarias de países árabes Simposio de Chamonix II Consulta sobre igualdad de género, resultados de exportaciones y competitividad: un enfoque práctico Consulta sobre la relevancia de la creación de marcas nacionales para la estrategia de exportación Consulta sobre la suscripción de promociones a la exportación: mejores prácticas en la operación y gestión de un sistema de subvenciones adecuado Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI Mesa redonda para África del SMF–GCCSI Formación y herramientas de análisis de mercado Financiación mediterránea para el comercio: refuerzo de capacidades de mecanismos de financiación comercial, pago electrónico y transferencia de dinero Meet in Africa para las industrias del cuero Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME Promoción del comercio Sur-Sur		Proyecto de centro de marketing egipcio Asociación entre Hewlett Packard y el CCI para proyecto de aceleración de micro-empresas
44	El Salvador	Simposio de Chamonix II Desarrollo de un proyecto a gran escala para la mejora de la competitividad del sector del vestido en América Central Foro Ejecutivo Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME Reunión regional sobre la explotación del Acuerdo de Libre Comercio de América Central (CAFTA) para el sector textil y del vestido Promoción del comercio Sur-Sur Gestión empresarial del turismo		Proyecto PRPE para la mejora del rendimiento de las exportaciones de café Proyecto de desarrollo empresarial y recursos humanos relacionados con el comercio para el comercio exterior en América Central, Fase II Seminario de formación sobre contratación de materiales para el sector textil y del vestido
45	Emiratos Árabes Unidos	Simposio de Chamonix II Mejora de la competitividad internacional Mejora y mantenimiento del acceso al mercado a través de estándares y guías de gestión de la calidad de la exportación y secretos comerciales de evaluación de conformidad Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		Proyecto de fomento de las exportaciones de Dubai, Fase II

	País/zona	Mundial Nivel 1	Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2	Específico por país Nivel 3
46	Eritrea*	Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI Financiación mediterránea para el comercio Mesa redonda para África del SMF-GCCSI Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME Promoción del comercio Sur-Sur		
47	Eslovaquia	Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map		
48	Eslovenia	Simposio de Chamonix II		
49	Estonia	Simposio de Chamonix II		
50	Etiopía*	El sector empresarial y el desarrollo Simposio de Chamonix II Consulta sobre igualdad de género, resultados de exportaciones y competitividad: un enfoque práctico Programa de cooperación sobre la garantía de calidad de las especias Demostración del Sitio Web de la Guía del Café Programa E-Trade Bridge para PYME Desarrollo de las exportaciones de algodón de África Oriental a la India – Creación e capacidades relativas al algodón con respecto al mercado indio Foro Ejecutivo Gestión de la información y análisis de mercado para IAC africanas Leatherline – Plataforma africana Formación y herramientas de análisis de mercado Financiación mediterránea para el comercio Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM) Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME Promoción del comercio Sur-Sur Formación de gestión de información comercial	MI PACCIA/PACT Iniciativa ACCESS! para el acceso de las mujeres empresarias africanas al comercio internacional	Proyecto de calidad sobre el café Proyecto PRPE para el desarrollo de la producción de pimentón en la provincia de Silte Proyecto PRPE para la producción y marketing de café con la certificación UTZ KAPEH Proyecto PACCIA/PACT para el desarrollo de productos y mercados del sector textil y del cuero
51	Federación de Rusia	Simposio de Chamonix II Programa E-Trade Bridge para PYME Formación y herramientas de análisis de mercado Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map World Trade Net		Desarrollo de servicios de apoyo a la exportación para empresas de investigación de la Comunidad de Estados Independientes (CEI) Apoyo al desarrollo y la puesta en marcha del sistema moscovita para la promoción de las exportaciones y las inversiones (MEXI)
52	Fiji	Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI Formación y herramientas de análisis de mercado Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		Proyecto de estrategias para la exportación nacional

\* Países menos adelantados (PMA)

	<b>País/zona</b>	<b>Mundial Nivel 1</b>	<b>Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2</b>	<b>Específico por país Nivel 3</b>
53	Filipinas	<p>El sector empresarial y el desarrollo</p> <p>Consulta sobre igualdad de género, resultados de exportaciones y competitividad: un enfoque práctico</p> <p>Consulta sobre la relevancia de la creación de marcas nacionales para la estrategia de exportación</p> <p>Desarrollo de capacidades de apoyo a la formación y la consultoría en países de la ASEAN y de Asia Meridional basadas en el SMF–GCCSI del CCI</p> <p>Programa E-Trade Bridge para PYME</p> <p>Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI</p> <p>Publicación Navigator on e-Finance for SME Exporters in Developing Countries del CCI</p> <p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Mejora de la capacidad de una serie de países miembros de la ASEAN seleccionados para implantar el Sistema Armonizado de Reglamentación de Cosméticos</p>		<p>Proyecto ATF para mejorar la capacidad del Departamento de Pesca y Recursos Acuáticos en los servicios de inspección de la pesca</p> <p>Proyecto ATF para el fomento del comercio en servicios a través de la creación de una coalición de servicios</p>
54	Gabón	<p>Información comercial para el África Subsahariana</p> <p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p>Relanzamiento de la integración económica subregional de los Estados del África Central (CEEAC)</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p>		
55	Gambia*	Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME	MI	
56	Georgia	Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		
57	Ghana	<p>Información comercial para el África Subsahariana</p> <p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Consulta sobre igualdad de género, resultados de exportaciones y competitividad: un enfoque práctico al diseño y la administración</p> <p>Consulta sobre la financiación de los grupos de exportación: opciones e implicaciones estratégicas</p> <p>Mejora de los embalajes para exportaciones: desarrollo del currículo formativo</p> <p>Foro Ejecutivo</p> <p>Gestión de la información y análisis de mercado para IAC africanas</p> <p>Leatherline – Plataforma africana</p> <p>Herramientas de análisis de mercado</p> <p>Mesa redonda para África del SMF–GCCSI</p> <p>Socios para el envasado: refuerzo de la red</p> <p>Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Programa ServiceExportNet – Reunión anual</p>	<p>JITAP</p> <p>PACCIA/PACT</p> <p>Iniciativa ACCESS! para el acceso de las mujeres empresarias africanas al comercio internacional</p>	<p>Proyecto para sistemas de marketing e información en la red para productos ecológicos y naturales</p>
58	Granada	<p>Foro Ejecutivo</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p>		<p>Diseño de estrategias para la exportación nacional</p>

	<b>País/zona</b>	<b>Mundial Nivel 1</b>	<b>Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2</b>	<b>Específico por país Nivel 3</b>
59	Guatemala	Desarrollo de un proyecto a gran escala para la mejora de la competitividad del sector del vestido en América Central Foro Ejecutivo Formación y herramientas de análisis de mercado Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME Reunión regional sobre la explotación del Acuerdo de Libre Comercio de América Central (CAFTA) para el sector textil y del vestido Promoción del comercio Sur-Sur		Seminario de formación sobre contratación de materiales para el sector textil y del vestido
60	Guinea*	Creación de capacidades de Diseño y Administración de Estrategias de Exportación Nacional en el África francófona Formación y herramientas de análisis de mercado	MI	Proyecto MI para el desarrollo de exportaciones agrícolas (PRPE) Proyecto MI para una participación más eficaz en el SCM Proyecto MI para la consolidación de la estructura institucional
61	Guinea-Bissau*	Información comercial para el África Subsahariana Promoción del comercio Sur-Sur		
62	Guinea Ecuatorial*	Información comercial para el África Subsahariana Relanzamiento de la integración económica subregional de los Estados del África Central (CEEAC) Promoción del comercio Sur-Sur		
63	Guyana	Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		
64	Haití*	Simposio de Chamonix II Foro Ejecutivo Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		Creación del centro de referencia del CCI y la OMC Proyecto MI de exportación de mango
65	Honduras	Simposio de Chamonix II Desarrollo de un proyecto a gran escala para la mejora de la competitividad del sector del vestido en América Central Foro Ejecutivo Formación y herramientas de análisis de mercado Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		Reunión regional sobre la explotación del Acuerdo de Libre Comercio de América Central (CAFTA) para el sector textil y del vestido Proyecto de desarrollo empresarial y recursos humanos relacionados con el comercio para el comercio exterior en América Central, Fase II
66	Hong Kong (RAE, China)	Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI Feria Mundial Expo PYME 2006		
67	Hungría	Simposio de Chamonix II Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI		

\* Países menos adelantados (PMA)

	País/zona	Mundial Nivel 1	Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2	Específico por país Nivel 3
68	India	<p>El sector empresarial y el desarrollo</p> <p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Consulta sobre la financiación de los grupos de exportación: opciones e implicaciones estratégicas</p> <p>Consulta sobre igualdad de género, resultados de exportaciones y competitividad: un enfoque práctico</p> <p>Consulta sobre la relevancia de la creación de marcas nacionales para la estrategia de exportación</p> <p>Consulta sobre la suscripción de promociones a la exportación: mejores prácticas en la operación y gestión de un sistema de subvenciones adecuado</p> <p>Programa de cooperación sobre la garantía de calidad de las especias</p> <p>Desarrollo de capacidades de apoyo a la formación y la consultoría en países de la ASEAN y de Asia Meridional basadas en el SMF-GCCSI del CCI</p> <p>Mejora de los embalajes para exportaciones: desarrollo del currículo formativo</p> <p>Foro Ejecutivo</p> <p>Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI</p> <p>Publicación Navigator on e-Finance for SME Exporters in Developing Countries del CCI</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Formación de gestión de información comercial</p>		<p>Proyecto ATF de financiación para la creación de competencias para PYME</p> <p>Formación ATF en factores competitivos clave en cinco áreas de producción textil</p> <p>Proyecto PRPE de turismo de base comunitaria en la provincia de Bihar en colaboración con el Banco Mundial</p> <p>Proyecto PRPE para vínculos comerciales para la producción ecológica de especias</p>
69	Indonesia	<p>El sector empresarial y el desarrollo</p> <p>Informe sobre capacidades para el AGCS en curso</p> <p>Demostración del Sitio Web de la Guía del Café</p> <p>Programa de cooperación sobre la garantía de calidad de las especias</p> <p>Desarrollo de capacidades de apoyo a la formación y la consultoría en países de la ASEAN y de Asia Meridional basadas en el SMF-GCCSI del CCI</p> <p>Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI</p> <p>Formación y herramientas de análisis de mercado</p> <p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Evaluación de la capacidad en materia de servicios</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Mejora de la capacidad de una serie de países miembros de la ASEAN seleccionados para implantar el Sistema Armonizado de Reglamentación de Cosméticos</p> <p>Taller para el fomento de una mayor participación de países en desarrollo en el AGCS</p>		<p>Proyecto ATF para la comprensión de las reglas del SCM</p> <p>Proyecto ATF para la mejora de las capacidades de inspección y estado de buques e instalaciones en el sector pesquero de Indonesia</p>
70	Irán (República Islámica del)	<p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p>		
71	Iraq	<p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p>		
72	Islas Salomón*	<p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p>		
73	Israel	<p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p>		
74	Jamahiriyá Árabe Libia	<p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Financiación mediterránea para el comercio</p>		

	País/zona	Mundial Nivel 1	Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2	Específico por país Nivel 3
75	Jamaica	Consulta sobre la estrategia de exportación y la función de la Organización para el Fomento del Comercio Nacional Publicación Navigator on e-Finance for SME Exporters in Developing Countries del CCI Formación y herramientas de análisis de mercado Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		Creación de un centro de referencia del CCI y la OMC
76	Jordania	Puentes entre Fronteras: evento para mujeres empresarias de países árabes Financiación mediterránea para el comercio Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map Seminario sobre igualdad de género, resultados de exportaciones y competitividad: un enfoque práctico Formación sobre herramientas de análisis de mercado		
77	Kazajstán	Simposio de Chamonix II Foro Ejecutivo Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map		Proyecto integrado de fomento de las exportaciones Diseño y gestión de estrategia nacional de exportaciones
78	Kenya	El sector empresarial y el desarrollo Creación de capacidades de Diseño y Administración de Estrategias de Exportación Nacional en Sudáfrica Demostración del Sitio Web de la Guía del Café Programa E-Trade Bridge para PYME Foro Ejecutivo Gestión de la información y análisis de mercado para IAC africanas Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI Leatherline – Plataforma africana Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM) Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME Promoción del comercio Sur-Sur	JITAP	Proyecto EPRP de desarrollo y fomento de las exportaciones de miel y chiles Vinculación de las pequeñas empresas y las microempresas con los mercados de exportación Proyecto para sistemas de marketing e información en la red para productos ecológicos y naturales
79	Kirguistán	Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		Proyecto integrado de fomento de las exportaciones, Fase I y Fase II
80	Kiribati*	Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		
81	Kuwait	Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME Consulta sobre la relevancia de la creación de marcas nacionales para la estrategia de exportación Foro Ejecutivo		
82	Lesotho*	Puentes entre Fronteras: encuentro regional para servicios financieros, de transporte y construcción Gestión de la información y análisis de mercado para IAC africanas Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME Programa de formación de catedráticos de universidad en África Meridional sobre el desarrollo sostenible de la OMC Proyecto de asistencia técnica para promover el comercio de servicios	MI	Proyecto MI para el desarrollo de productos y mercados de productos agrícolas (champiñones y melocotones)
83	Letonia	Simposio de Chamonix II Consolidación de los servicios de arbitraje comercial		

\* Países menos adelantados (PMA)

	<b>País/zona</b>	<b>Mundial Nivel 1</b>	<b>Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2</b>	<b>Específico por país Nivel 3</b>
84	Líbano	Financiación mediterránea para el comercio Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		
85	Liberia*			Precisa evaluación y misión de programación
86	Lithuania	Simposio de Chamonix II		
87	Macedonia, ex-República Yugoslava de	Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME World Trade Net		
88	Madagascar*	Puentes entre Fronteras: encuentro regional para servicios financieros, de transporte y construcción El sector empresarial y el desarrollo Información comercial para el África Subsahariana Simposio de Chamonix II Programa de cooperación sobre la garantía de calidad de las especias Gestión de la información y análisis de mercado para IAC africanas Proyecto de asistencia técnica para promover el comercio de servicios Promoción del comercio Sur-Sur	MI	
89	Malasia	El sector empresarial y el desarrollo Simposio de Chamonix II Desarrollo de capacidades de apoyo a la formación y la consultoría en países de la ASEAN y de Asia Meridional basadas en el SMF-GCCSI del CCI Publicación Navigator on e-Finance for SME Exporters in Developing Countries del CCI Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME Mesa redonda para África del SMF-GCCSI Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map Promoción del comercio Sur-Sur Mejora de la capacidad de una serie de países miembros de la ASEAN seleccionados para implantar el Sistema Armonizado de Reglamentación de Cosméticos		Proyecto ATF para el apoyo a las empresas malasias en el cumplimiento de las políticas y directrices de contratación ecológica de la UE Proyecto ATF para la mejora de la capacidad de las autoridades competentes y las instalaciones pesqueras de Malasia para cumplir los requisitos en materia de pesca de la UE



	País/zona	Mundial Nivel 1	Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2	Específico por país Nivel 3
90	Malawi*	<p>El sector empresarial y el desarrollo</p> <p>Creación de capacidades de Diseño y Administración de Estrategias de Exportación Nacional en el Sudáfrica</p> <p>Consulta sobre la financiación de los grupos de exportación: opciones e implicaciones estratégicas</p> <p>Programa de cooperación sobre la garantía de calidad de las especias</p> <p>Mejora de las cadenas de logística y facilitación del comercio para apoyar el comercio intrarregional en países de la SADC seleccionados</p> <p>Foro Ejecutivo</p> <p>Mesa redonda para África del SMF-GCCSI</p> <p>Formación y herramientas de análisis de mercado</p> <p>Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p>Programa ServiceExportNet – Reunión anual</p> <p>Programa de formación de catedráticos de universidad en África Meridional sobre el desarrollo sostenible de la OMC</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Proyecto de asistencia técnica para promover el comercio de servicios</p>	<p>MI</p> <p>JITAP</p>	<p>Proyecto PRPE de análisis de oportunidades en el sector de la miel y del turismo comunitario</p> <p>Proyecto MI de estandarización, garantía de calidad, acreditación y metrología (NCAM)</p> <p>Proyecto de desarrollo de una coalición de industrias de servicios</p> <p>Desarrollo de estrategias de exportación en el sector</p> <p>Diseño de estrategias de fomento del turismo</p> <p>Publicación de secretos comerciales</p>
91	Maldivas*	<p>Foro Ejecutivo</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p>	<p>MI</p>	<p>Formulación de un proyecto MI (PRPE)</p>
92	Malí*	<p>Puentes entre Fronteras: encuentro Regional en Túnez, paralelo al Salon International des Services (SISE)</p> <p>Información comercial para el África Subsahariana</p> <p>Creación de capacidades de Diseño y Administración de Estrategias de Exportación Nacional en el África francófona</p> <p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Desarrollo de las exportaciones de algodón de África Occidental a China – Creación de capacidades para el cumplimiento de los requisitos del mercado chino relativos al algodón</p> <p>Formación sobre las leyes comerciales armonizadas de la organización para la armonización de la legislación empresarial en África (OHADA) entre empresarios y juristas en África</p> <p>Foro Ejecutivo</p> <p>Leatherline – Plataforma africana</p> <p>Socios para el envasado: refuerzo de la red</p> <p>Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Proyecto de asistencia técnica para promover el comercio de servicios</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p>	<p>MI</p> <p>JITAP</p> <p>PACCIA/PACT</p>	<p>Proyecto PRPE de análisis de oportunidades sobre exportaciones de productos agrícolas</p> <p>Proyecto de fomento de la exportación hortícola PACCIA/PACT</p> <p>Desarrollo de estrategias de exportación en el sector</p> <p>Lanzamiento de un proyecto Trade at Hand</p>
93	Marruecos	<p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Consulta sobre la estrategia de exportación y la función de la Organización para el Fomento del Comercio Nacional</p> <p>Impacto de la ronda de negociaciones de Doha sobre la economía marroquí</p> <p>Financiación mediterránea para el comercio</p> <p>Programa ServiceExportNet – Reunión anual</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p>		

\* Países menos adelantados (PMA)

	<b>País/zona</b>	<b>Mundial Nivel 1</b>	<b>Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2</b>	<b>Específico por país Nivel 3</b>
94	Mauricio	El sector empresarial y el desarrollo Información comercial para el África Subsahariana Puentes entre Fronteras: encuentro regional para servicios financieros, de transporte y construcción Simposio de Chamonix II Consulta sobre la relevancia de la creación de marcas nacionales para la estrategia de exportación Foro Ejecutivo Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI Mesa redonda para África del SMF-GCCSI Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map Programa de formación de catedráticos de universidad en África Meridional sobre el desarrollo sostenible de la OMC Promoción del comercio Sur-Sur		Lanzamiento de la iniciativa de estrategias de exportación de servicios en asociación con Enterprise Mauritius Lanzamiento de proyecto sobre la mejora de la competitividad en el sector del vestido
95	Mauritania*	Puentes entre Fronteras: encuentro Regional en Túnez, paralelo al Salon International des Services (SISE) Creación de capacidades de Diseño y Administración de Estrategias de Exportación Nacional en el África francófona Simposio de Chamonix II Foro Ejecutivo Leatherline – Plataforma africana Proyecto de asistencia técnica para promover el comercio de servicios	MI JITAP	Proyecto PRPE de análisis de oportunidades sobre turismo de base comunitaria Proyecto MI de refuerzo de capacidades de la DPCE Refuerzo de la capacidad de la Cámara de Comercio Desarrollo de estrategias de exportación en el sector Proyecto de centro de información comercial
96	México	Simposio de Chamonix II Consulta sobre la estrategia de exportación y la función de la Organización para el Fomento del Comercio Nacional Mejora de los embalajes para exportaciones: desarrollo del currículo formativo Foro Ejecutivo Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME Promoción del comercio Sur-Sur Formación de gestión de información comercial		
97	Moldova, República de	Programa E-Trade Bridge para PYME Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		Taller de estrategias para la exportación nacional Apoyo a la Academia de Estudios Económicos de Moldavia (ASEM) en la creación de su título de master en compras y logística
98	Mongolia	El sector empresarial y el desarrollo Simposio de Chamonix II Gestión de la información y análisis de mercado Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI Publicación Navigator on e-Finance for SME Exporters in Developing Countries del CCI Formación y herramientas de análisis de mercado Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		Asistencia del ATF al Centro de Investigación Comercial Internacional Proyecto ATF para la creación de indicaciones geográficas (IG) en Mongolia Proyecto ATF para mejorar las exportaciones mediante IG y GSP+ Proyecto PRPE para el desarrollo y marketing de complementos de moda de lana y fieltro

	<b>País/zona</b>	<b>Mundial Nivel 1</b>	<b>Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2</b>	<b>Específico por país Nivel 3</b>
99	Mozambique*	<p>Puentes entre Fronteras: encuentro regional para servicios financieros, de transporte y construcción</p> <p>El sector empresarial y el desarrollo</p> <p>Creación de capacidades de Diseño y Administración de Estrategias de Exportación Nacional en el Sudáfrica</p> <p>Mejora de las cadenas de logística y facilitación del comercio para apoyar el comercio intrarregional en países de la SADC seleccionados</p> <p>Foro Ejecutivo</p> <p>Gestión de la información y análisis de mercado para IAC africanas</p> <p>Mesa redonda para África del SMF–GCCSI</p> <p>Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p>Programa ServiceExportNet – Reunión anual</p> <p>Programa de formación de catedráticos de universidad en África Meridional sobre el desarrollo sostenible de la OMC</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p>	<p>MI</p> <p>JITAP</p> <p>PACCIA/PACT (Componente ACCESSI en programa nacional)</p>	<p>Proyecto PRPE de análisis de oportunidades sobre turismo comunitario</p> <p>Programa PACCIA/PACT para la creación de capacidades africanas para el comercio</p> <p>Desarrollo de estrategias de exportación en el sector</p> <p>Hacia una estrategia de fomento de las exportaciones</p>
100	Myanmar*	<p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p>		
101	Namibia	<p>Puentes entre Fronteras: encuentro regional para servicios financieros, de transporte y construcción</p> <p>El sector empresarial y el desarrollo</p> <p>Creación de capacidades de Diseño y Administración de Estrategias de Exportación Nacional en el Sudáfrica</p> <p>Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Programa ServiceExportNet – Reunión anual</p> <p>Programa de formación de catedráticos de universidad en África Meridional sobre el desarrollo sostenible de la OMC</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p>		<p>Misión conjunta del CCI y el Organismo Multilateral de Garantía de Inversiones (OMGI) de evaluación de necesidades institucionales de inversión y comercio</p>
102	Nepal*	<p>El sector empresarial y el desarrollo</p> <p>Programa de cooperación sobre la garantía de calidad de las especias</p> <p>Desarrollo de capacidades de apoyo a la formación y la consultoría en países de la ASEAN y de Asia Meridional basadas en el SMF–GCCSI del CCI</p> <p>Foro Ejecutivo</p> <p>Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p>	<p>MI</p>	<p>Servicios de asesoramiento del ATF sobre el fomento de la exportación en sectores prioritarios</p> <p>Proyecto MI para el establecimiento de un sistema de subvenciones adecuado para la exportación</p>
103	Nicaragua	<p>Demostración del Sitio Web de la Guía del Café</p> <p>Desarrollo de un proyecto a gran escala para la mejora de la competitividad del sector del vestido en América Central</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p>		<p>Proyecto de desarrollo empresarial y recursos humanos relacionados con el comercio para el comercio exterior en América Central, Fase II</p>

\* Países menos adelantados (PMA)

	<b>País/zona</b>	<b>Mundial Nivel 1</b>	<b>Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2</b>	<b>Específico por país Nivel 3</b>
104	Níger*	<p>Puentes entre Fronteras: encuentro Regional en Túnez, paralelo al Salon International des Services (SISE)</p> <p>Información comercial para el África Subsahariana</p> <p>Gestión de la información y análisis de mercado para IAC africanas</p> <p>Leatherline – Plataforma africana</p> <p>Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Proyecto de asistencia técnica para promover el comercio de servicios</p>	MI	
105	Nigeria	<p>El sector empresarial y el desarrollo</p> <p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Consulta sobre la financiación de los grupos de exportación: opciones e implicaciones estratégicas</p> <p>Foro Ejecutivo</p> <p>Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI</p> <p>Mesa redonda para África del SMF–GCCSI</p> <p>Red nigeriana de mujeres exportadoras de servicios</p> <p>Socios para el envasado: refuerzo de la red</p> <p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p>Evaluación de la capacidad en materia de servicios II – Sesión informativa sobre el AGCS</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Consolidación de los servicios de arbitraje comercial</p>		
106	Omán	<p>Lanzamiento de ProductMap en OCIPED</p> <p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p>		
107	Pakistán	<p>El sector empresarial y el desarrollo</p> <p>Programa E-Trade Bridge para PYME</p> <p>Foro Ejecutivo</p> <p>Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI</p> <p>Publicación Navigator on e-Finance For SME Exporters in Developing Countries del CCI</p> <p>Formación y herramientas de análisis de mercado</p> <p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>World Trade Net</p>		ITC–EU integrated TRTA project
108	Panamá	<p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Seminario sobre el Programa de Doha para el Desarrollo con la comunidad académica y empresarial en asociación con la OMC/CCI</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>World Trade Net</p>		

	<b>País/zona</b>	<b>Mundial Nivel 1</b>	<b>Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2</b>	<b>Específico por país Nivel 3</b>
109	Papúa Nueva Guinea	Formación y herramientas de análisis de mercado Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		Diseño y gestión de estrategia nacional de exportaciones
110	Paraguay	Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME Programa ServiceExportNet Promoción del comercio Sur-Sur Taller sobre exportar servicios con éxito World Trade Net		Preparación para el desarrollo de estrategias de exportación sectorial
111	Perú	Puentes entre Fronteras: encuentro regional para IAC de servicios Consulta sobre la estrategia de exportación y la función de la Organización para el Fomento del Comercio Nacional Foro Ejecutivo Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME Programa ServiceExportNet Promoción del comercio Sur-Sur Formación de gestión de información comercial Formación sobre exportación de servicios World Trade Net		Proyecto de desarrollo de empresas en la región limítrofe del Perú y el Ecuador
112	Polonia	Simposio de Chamonix II Participación en ETPO 48 Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map		
113	Qatar	Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		
114	República Árabe Siria	Simposio de Chamonix II Gestión de la información y análisis de mercado para IAC africanas Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME Gira de estudio del Centro Empresarial Europeo de Siria (SEBC)		
115	República Centroafricana*	Información comercial para el África Subsahariana Relanzamiento de la integración económica subregional de los Estados del África Central (CEEAC) Promoción del comercio Sur-Sur	MI	
116	República Democrática Popular Lao*	Desarrollo de capacidades de apoyo a la formación y la consultoría en países de la ASEAN y de Asia Meridional basadas en el SMF-GCCSI del CCI Foro Ejecutivo Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI Formación y herramientas de análisis de mercado Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME Promoción del comercio Sur-Sur Mejora de la capacidad de una serie de países miembros de la ASEAN seleccionados para implantar el Sistema Armonizado de Reglamentación de Cosméticos	MI	Proyecto ATF para la creación de capacidades de asesoramiento e investigación del Instituto de Investigación Económica para el Comercio Formulación de proyecto MI Apoyo a la promoción del comercio y al desarrollo de las exportaciones

\* Países menos adelantados (PMA)

	<b>País/zona</b>	<b>Mundial Nivel 1</b>	<b>Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2</b>	<b>Específico por país Nivel 3</b>
117	República Dominicana	<p>Consulta sobre la relevancia de la creación de marcas nacionales para la estrategia de exportación</p> <p>Consulta sobre la suscripción de promociones a la exportación: mejores prácticas en el funcionamiento y gestión de un sistema de subvenciones adecuado</p> <p>Desarrollo de un proyecto a gran escala para la mejora de la competitividad del sector del vestido en América Central</p> <p>Foro Ejecutivo</p> <p>Reunión regional sobre la explotación del Acuerdo de Libre Comercio de América Central (CAFTA) para el sector textil y del vestido</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p>		
118	Rumania	<p>Consulta sobre la relevancia de la creación de marcas nacionales para la estrategia de exportación</p> <p>Programa E-Trade Bridge para PYME</p> <p>Foro Ejecutivo</p> <p>Formación y herramientas de análisis de mercado</p> <p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Programa ServiceExportNet – Reunión anual</p>		Proyecto de fomento de las exportaciones sostenibles
119	Rwanda*	<p>Puentes entre Fronteras: encuentro regional para servicios financieros, de transporte y construcción</p> <p>Creación de capacidades de diseño y gestión de estrategias de exportación nacional:</p> <p>Consulta sobre la suscripción de promociones a la exportación: mejores prácticas en la operación y gestión de un sistema de subvenciones adecuado</p> <p>Formación y herramientas de análisis de mercado</p> <p>Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p>Relanzamiento de la integración económica subregional de los Estados del África Central (CEEAC)</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Proyecto de asistencia técnica para promover el comercio de servicios</p>	MI	Proyecto PRPE de desarrollo para exportaciones de aceites esenciales Requiere evaluación y diseño de programa para TRTA
120	Saint Kitts y Nevis	Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		
121	San Vicente y las Granadinas	<p>Foro Ejecutivo</p> <p>Consulta sobre la estrategia de exportación y la función de la Organización para el Fomento del Comercio Nacional</p>		Diseño y gestión de estrategia nacional de exportaciones
122	Santa Lucía	Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		
123	Santo Tomé y Príncipe*	<p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Relanzamiento de la integración económica subregional de los Estados del África Central (CEEAC)</p>	MI	

	País/zona	Mundial Nivel 1	Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2	Específico por país Nivel 3
124	Senegal*	<p>Puentes entre Fronteras: encuentro Regional en Túnez, paralelo al Salon International des Services (SISE)</p> <p>El sector empresarial y el desarrollo</p> <p>Información comercial para el África Subsahariana</p> <p>Creación de capacidades de Diseño y Administración de Estrategias de Exportación Nacional, África francófona</p> <p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Consulta sobre igualdad de género, resultados de exportaciones y competitividad: un enfoque práctico</p> <p>Consulta sobre la suscripción de promociones a la exportación: mejores prácticas en la operación y gestión de un sistema de subvenciones adecuado</p> <p>Formación sobre las leyes comerciales armonizadas de la organización para la armonización de la legislación empresarial en África (OHADA) entre empresarios y juristas en África</p> <p>Programa E-Trade Bridge para PYME</p> <p>Foro Ejecutivo</p> <p>Leatherline – Plataforma africana</p> <p>Mesa redonda para África del SMF–GCCSI</p> <p>Socios para el envasado: refuerzo de la red</p> <p>Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Proyecto de asistencia técnica para promover el comercio de servicios</p>	<p>MI</p> <p>JITAP</p> <p>PACCIA/PACT</p>	<p>Proyecto MI para turismo comunitario (PRPE)</p> <p>Proyecto MI para la consolidación de la estructura institucional</p> <p>Formulación de propuesta de proyecto de apoyo directo a empresas en la administración de la cadena de suministro</p> <p>Programa PACCIA/PACT para la creación de capacidades africanas para el comercio</p> <p>Estrategia de exportación sectorial desarrollada en sectores de embalaje y alimentos agrícolas procesados</p> <p>Refuerzo de las capacidades senegalesas para asesorar a empresas sobre competitividad y exportaciones a Europa</p>
125	Serbia y Montenegro	<p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>World Trade Net</p>		
126	Seychelles	<p>El sector empresarial y el desarrollo</p> <p>Información comercial para el África Subsahariana</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p>		
127	Sierra Leona*	<p>Foro Ejecutivo</p> <p>Programa de reestructuración y creación de capacidades</p>	<p>MI</p>	<p>Proyecto PRPE para el desarrollo de exportaciones de jengibre</p> <p>Formulación de un proyecto de marco integrado</p> <p>Proyecto conjunto del CCI–OMGI para la reestructuración de la Corporación de Desarrollo e Inversión en Exportación de Sierra Leona</p>
128	Singapur	<p>El sector empresarial y el desarrollo</p> <p>Desarrollo de capacidades de apoyo a la formación y la consultoría en países de la ASEAN y de Asia Meridional basadas en el SMF–GCCSI del CCI</p> <p>Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI</p> <p>Publicación Navigator on e-Finance for SME Exporters in Developing Countries del CCI</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p>		

\* Países menos adelantados (PMA)

	País/zona	Mundial Nivel 1	Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2	Específico por país Nivel 3
129	Sri Lanka	<p>El sector empresarial y el desarrollo</p> <p>Programa de cooperación sobre la garantía de calidad de las especias</p> <p>Foro Ejecutivo</p> <p>Publicación Navigator on e-Finance for SME Exporters in Developing Countries del CCI</p> <p>Desarrollo de capacidades de apoyo a la formación y la consultoría en países de la ASEAN y de Asia Meridional basadas en el SMF-GCCSI del CCI</p> <p>Mejora de los embalajes para exportaciones: desarrollo del currículo formativo</p> <p>Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI</p> <p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Mecanismo de consulta pública-privada: mesas redondas y reuniones nacionales</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>World Trade Net</p>		<p>Proyecto ATF para la creación de capacidades dentro de IAC para el fomento del comercio en servicios</p> <p>Proyecto de desarrollo comercial CCI-UE</p> <p>Desarrollo e implementación de estrategias en el sector del embalaje</p>
130	Sudáfrica	<p>Puentes entre Fronteras: encuentro regional para servicios financieros, de transporte y construcción</p> <p>El sector empresarial y el desarrollo</p> <p>Creación de capacidades de diseño y gestión de estrategias de exportación nacional:</p> <p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Consulta sobre la financiación de los grupos de exportación: opciones e implicaciones estratégicas</p> <p>Consulta sobre la relevancia de la creación de marcas nacionales para la estrategia de exportación</p> <p>Mejora de los embalajes para exportaciones: desarrollo del currículo formativo</p> <p>Mejora de las cadenas de logística y facilitación del comercio para apoyar el comercio intrarregional en países de la SADC seleccionados</p> <p>Foro Ejecutivo</p> <p>Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI</p> <p>Formación y herramientas de análisis de mercado</p> <p>Mesa redonda para África del SMF-GCCSI</p> <p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Programa de formación de catedráticos de universidad en África Meridional sobre el desarrollo sostenible de la OMC</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p>	<p>PACCIA/PACT</p> <p>Iniciativa ACCESS! para el acceso de las mujeres empresarias africanas al comercio internacional</p>	<p>Proyecto PRPE para el desarrollo y fomento de las exportaciones de Aloe Ferox</p> <p>Programa PACCIA/PACT para la creación de capacidades africanas para el comercio</p> <p>Asociaciones para proyecto de comercio de apoyo a los pobres</p>
131	Sudán*	<p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p>	<p>MI</p>	<p>Formulación de proyecto MI de programa integrado de fomento de la exportación para el sector textil y del vestido</p>
132	Suriname	<p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p>		



	<b>País/zona</b>	<b>Mundial Nivel 1</b>	<b>Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2</b>	<b>Específico por país Nivel 3</b>
133	Swazilandia	<p>Puentes entre Fronteras: encuentro regional para servicios financieros, de transporte y construcción</p> <p>Creación de capacidades de diseño y gestión de estrategias de exportación nacional:</p> <p>Mejora de las cadenas de logística y facilitación del comercio para apoyar el comercio intrarregional en países de la SADC seleccionados</p> <p>Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Programa ServiceExportNet – Reunión anual</p> <p>Programa de formación de catedráticos de universidad en África Meridional sobre el desarrollo sostenible de la OMC</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p>		Diseño de estrategias para la exportación nacional
134	Tailandia	<p>El sector empresarial y el desarrollo</p> <p>Programa de cooperación sobre la garantía de calidad de las especias</p> <p>Desarrollo de capacidades de apoyo a la formación y la consultoría en países de la ASEAN y de Asia Meridional basadas en el SMF–GCCSI del CCI</p> <p>Foro Ejecutivo</p> <p>Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI</p> <p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Foro empresarial regional sobre financiación electrónica</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Mejora de la capacidad de una serie de países miembros de la ASEAN seleccionados para implantar el Sistema Armonizado de Reglamentación de Cosméticos</p>		Proyecto ATF para el refuerzo de la capacidad de exportación de la agricultura ecológica
135	Tanzanía, República Unida de*	<p>El sector empresarial y el desarrollo</p> <p>Creación de capacidades de diseño y gestión de estrategias de exportación nacional:</p> <p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Demostración del Sitio Web de la Guía del Café</p> <p>Consulta sobre igualdad de género, resultados de exportaciones y competitividad: un enfoque práctico</p> <p>Programa de cooperación sobre la garantía de calidad de las especias</p> <p>Desarrollo de las exportaciones de algodón de África Oriental a la India – Creación e capacidades relativas al algodón con respecto al mercado indio</p> <p>Mejora de los embalajes para exportaciones: desarrollo del currículo formativo</p> <p>Mejora de las cadenas de logística y facilitación del comercio para apoyar el comercio intrarregional en países de la SADC seleccionados</p> <p>Gestión de la información y análisis de mercado para IAC africanas</p> <p>Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI</p> <p>Mesa redonda para África del SMF–GCCSI</p> <p>Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p>Programa ServiceExportNet – Reunión anual</p> <p>Programa de formación de catedráticos de universidad en África Meridional sobre el desarrollo sostenible de la OMC</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Proyecto de asistencia técnica para promover el comercio de servicios</p>	<p>MI</p> <p>JITAP</p> <p>PACCIA/PACT</p> <p>Iniciativa ACCESS! para el acceso de las mujeres empresarias africanas al comercio internacional</p>	PACCIA/PACT desarrollo de productos y mercados para especias y productos hortícolas

\* Países menos adelantados (PMA)

	<b>País/zona</b>	<b>Mundial Nivel 1</b>	<b>Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2</b>	<b>Específico por país Nivel 3</b>
136	Tayikistán	Publicación Navigator on e-Finance for SME Exporters in Developing Countries del CCI Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		Proyecto integrado de fomento de las exportaciones, Fase I y Fase II
137	Togo*	Información comercial para el África Subsahariana Desarrollo de las exportaciones de algodón de África Occidental a China – Creación de capacidades para el cumplimiento de los requisitos del mercado chino relativos al algodón Gestión de la información y análisis de mercado para IAC africanas Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM) Promoción del comercio Sur-Sur		
138	Tonga	Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		
139	Trinidad y Tabago	Consulta sobre la estrategia de exportación y la función de la Organización para el Fomento del Comercio Nacional Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME		
140	Túnez	Puentes entre Fronteras: encuentro regional para IAC de servicios Puentes entre Fronteras: encuentro Regional en Túnez, paralelo al Salon International des Services (SISE) Puentes entre Fronteras: evento para mujeres empresarias de países árabes Consulta sobre igualdad de género, resultados de exportaciones y competitividad: un enfoque práctico Consulta sobre la suscripción de promociones a la exportación: mejores prácticas en la operación y gestión de un sistema de subvenciones adecuado Publicación Navigator on e-Finance for SME Exporters in Developing Countries del CCI Financiación mediterránea para el comercio Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map Evaluación de la capacidad en materia de servicios II – Informe y sesión informativa sobre el AGCS Programa ServiceExportNet – Reunión anual Promoción del comercio Sur-Sur	JITAP Iniciativa ACCESS! para el acceso de las mujeres empresarias africanas al comercio internacional (auto-financiada)	
141	Turquía	Simposio de Chamonix II Competitividad – Políticas eficaces para PYME para el comercio internacional: taller sobre estrategias de competitividad sostenibles en mercados internacionales Consulta sobre la relevancia de la creación de marcas nacionales para la estrategia de exportación Consulta sobre la suscripción de promociones a la exportación: mejores prácticas en la operación y gestión de un sistema de subvenciones adecuado Programa E-Trade Bridge para PYME Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map		Creación de un equipo acreditado por el CCI formado por consultores de desarrollo de gestión
142	Ucrania	Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME World Trade Net		Desarrollo de servicios de apoyo a la exportación para empresas de investigación CEI

	País/zona	Mundial Nivel 1	Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2	Específico por país Nivel 3
143	Uganda*	<p>Creación de capacidades de diseño y gestión de estrategias de exportación nacional:</p> <p>Demostración del Sitio Web de la Guía del Café</p> <p>Consulta sobre igualdad de género, resultados de exportaciones y competitividad: un enfoque práctico</p> <p>Consulta sobre la financiación de los grupos de exportación: opciones e implicaciones estratégicas</p> <p>Consulta sobre la relevancia de la creación de marcas nacionales para la estrategia de exportación</p> <p>Programa de cooperación sobre la garantía de calidad de las especias</p> <p>Desarrollo de las exportaciones de algodón de África Oriental a la India – Creación e capacidades relativas al algodón con respecto al mercado indio</p> <p>Programa E-Trade Bridge para PYME</p> <p>Foro Ejecutivo</p> <p>Gestión de la información y análisis de mercado para IAC africanas</p> <p>Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI</p> <p>Mesa redonda para África del SMF–GCCSI</p> <p>Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Proyecto de asistencia técnica para promover el comercio de servicios y una mayor participación en las negociaciones del AGCS</p>	<p>MI</p> <p>JITAP</p> <p>Iniciativa ACCESSI para el acceso de las mujeres empresarias africanas al comercio internacional</p>	<p>Formulación de proyecto y misión de familiarización con Marco Integrado</p> <p>Relanzamiento de estrategias para la exportación nacional</p> <p>Proyecto para sistemas de marketing e información en la red para productos ecológicos y naturales</p>
144	Uruguay	<p>Sesión informativa sobre el estado de ejecución del Programa de Doha para el Desarrollo</p> <p>Consulta sobre la financiación de los grupos de exportación: opciones e implicaciones estratégicas</p> <p>Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Programa ServiceExportNet – Reunión anual</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Formación de gestión de información comercial</p> <p>Formación sobre exportación de servicios</p> <p>World Trade Net</p>		<p>Diseño y gestión de estrategia nacional de exportaciones</p> <p>Desarrollo de estrategias de exportación en el sector</p>
145	Uzbekistán	<p>Programa E-Trade Bridge para PYME</p> <p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p>		<p>Proyecto integrado de fomento de las exportaciones, Fase I</p>
146	Venezuela	<p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Formación de gestión de información comercial</p>		

\* Países menos adelantados (PMA)

	<b>País/zona</b>	<b>Mundial Nivel 1</b>	<b>Regional, subregional o entre varios organismos Nivel 2</b>	<b>Específico por país Nivel 3</b>
147	Viet Nam	<p>El sector empresarial y el desarrollo</p> <p>Programa de cooperación sobre la garantía de calidad de las especias</p> <p>Desarrollo de capacidades de apoyo a la formación y la consultoría en países de la ASEAN y de Asia Meridional basadas en el SMF–GCCSI del CCI</p> <p>Red del Sistema Modular de Formación de la GCCSI</p> <p>Publicación Navigator on e-Finance for SME Exporters in Developing Countries del CCI</p> <p>Provisión de análisis de acceso al mercado a responsables de políticas comerciales basado en Market Access Map</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Mejora de la capacidad de una serie de países miembros de la ASEAN seleccionados para implantar el Sistema Armonizado de Reglamentación de Cosméticos</p> <p>World Trade Net</p>		<p>ATF Puesta en marcha de instrumentos, normativas y prácticas para la defensa del comercio</p> <p>ATF Actualización del marco jurídico del comercio multilateral</p> <p>Proyecto PRPE para el fomento del turismo comunitario en torno a Hoi An (Viet Nam Central)</p> <p>Apoyo a la promoción del comercio y al desarrollo de las exportaciones</p>
148	Yemen*	<p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p>	MI	
149	Zambia*	<p>Puentes entre Fronteras: encuentro regional para servicios financieros, de transporte y construcción</p> <p>El sector empresarial y el desarrollo</p> <p>Desarrollo de las exportaciones de algodón de África Oriental a la India – Creación e capacidades relativas al algodón con respecto al mercado indio</p> <p>Gestión de la información y análisis de mercado para IAC africanas</p> <p>Formación y herramientas de análisis de mercado</p> <p>Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p>Puesta en funcionamiento del SCM: Enfoques prácticos a la competitividad de las PYME</p> <p>Programa de formación de catedráticos de universidad en África Meridional sobre el desarrollo sostenible de la OMC</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p> <p>Proyecto de asistencia técnica para promover el comercio de servicios y una mayor participación en las negociaciones del AGCS</p>	MI JITAP	<p>Proyecto PRPE para la producción y marketing de café con la certificación UTZ KAPEH</p> <p>Formulación de proyecto MI para el desarrollo de estrategias de exportación sectorial</p>
150	Zimbabwe	<p>Simposio de Chamonix II</p> <p>Mejora de las cadenas de logística y facilitación del comercio para apoyar el comercio intrarregional en países de la SADC seleccionados</p> <p>Mesa redonda para África del SMF–GCCSI</p> <p>Formación y herramientas de análisis de mercado</p> <p>Programa de formación de catedráticos de universidad en África Meridional sobre el desarrollo sostenible de la OMC</p> <p>Promoción del comercio Sur-Sur</p>		

# Anexo II

Estructuras de responsabilidad, supervisión y gobierno



# Anexo II

## Estructuras de responsabilidad, supervisión y gobierno

### **Gobierno**

El Grupo Consultivo Mixto (GCM) se reúne formalmente una vez al año para revisar la labor del CCI en función de su Informe Anual, y formular recomendaciones a la Junta de Comercio y Desarrollo de la UNCTAD y al Consejo General de la OMC. El GCM está abierto a los Estados Miembros de la UNCTAD y a los Miembros de la OMC. También se reúne de manera informal una vez al año para revisar determinados programas y actividades de la organización.

El GCM constituyó un Comité Consultivo sobre el Fondo Fiduciario Global (FFG) para asesorar a la dirección del CCI en el uso de recursos extrapresupuestarios a disposición del FFG. Está compuesto por 19 países receptores y donantes, y también está abierto a la participación de otros países en calidad de observadores. El Comité se reúne dos veces al año y elabora un informe anual para el GCM.

El presupuesto ordinario del CCI para programas en el bienio, que en la actualidad asciende a cerca del 48% de sus recursos totales, lo financian conjunta y equitativamente las Naciones Unidas y la OMC. Este presupuesto lo revisan las instancias presupuestarias de ambas instituciones.

El Marco Estratégico forma la base del presupuesto ordinario del CCI para programas en el bienio. Contiene los logros previstos y los respectivos indicadores de logro entregados a las Naciones Unidas y a la OMC, tras su revisión por parte del GCM.

A pesar de que está sujeto a las normas y reglamentos financieros y de personal de las Naciones Unidas, el Informe Financiero del CCI se presenta a los mecanismos de revisión financiera y administrativa de las Naciones Unidas y de la OMC.

### **Supervisión y responsabilidad**

La Directora Ejecutiva del CCI, nombrada de forma conjunta por el Director General de la OMC y el Secretario General de la UNCTAD, informa a los responsables ejecutivos de ambas organizaciones matrices y responde ante ellos. A la Directora Ejecutiva se le han delegado amplios poderes para la administración diaria de las normas y los reglamentos financieros y de personal de las Naciones Unidas.

Las actividades del CCI se someten a la auditoría y supervisión de la Oficina de Servicios de Supervisión Interna (OSSI) de la Secretaría de las Naciones Unidas. Las conclusiones correspondientes se dan a conocer a la Asamblea General de las Naciones Unidas y al Consejo General de la OMC. La Junta de Auditores de las Naciones Unidas supervisa las cuentas y las actividades del CCI; sus conclusiones también se remiten a la Asamblea General de las Naciones Unidas y al Consejo General de la OMC.

La OSSI revisa y analiza el rendimiento del CCI a lo largo del bienio respecto a los logros previstos, los indicadores de logro y los resultados incluidos en el presupuesto propuesto para el programa, e informa de ello a la Asamblea General de las Naciones Unidas.

Al menos una vez al año, el CCI presenta a los donantes los informes financieros y de progreso sobre las actividades a las que contribuyen. Se celebran reuniones periódicas con los principales donantes para revisar los logros y diseñar la cooperación futura.



## Centro de Comercio Internacional

UNCTAD / OMC

El Centro de Comercio Internacional (CCI) es la agencia conjunta de cooperación técnica de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) y la Organización Mundial del Comercio (OMC), en lo que atañe a los aspectos empresariales del desarrollo del comercio.

**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:** [itereg@intracen.org](mailto:itereg@intracen.org) **Internet:** <http://www.intracen.org>

