

Addendum. 1

Resumen de los
proyectos de
cooperación técnica
operativos en 2007

La información contenida en este documento es un complemento del Informe Anual del ITC. Su objeto es proporcionar al lector una visión general de todos los proyectos del ITC operativos en 2007. Previa solicitud, se puede obtener más información sobre proyectos concretos (a tal efecto, dirigirse a la Sra. E. Bisson, Oficial Superior de Relaciones Exteriores, bisson@intracen.org). Se ha añadido la dirección del sitio web correspondiente a los proyectos para facilitar las consultas cuando sean necesarias. Este resumen muestra una descripción general de cada proyecto extraída del último documento disponible sobre el mismo, haciendo hincapié en sus principales objetivos y en aspectos relacionados con la estrategia del proyecto. Asimismo, muestra un breve resumen de los resultados alcanzados por cada proyecto durante el año. Siguiendo la línea de gestión del ITC, basada en los resultados, el resumen hace referencia, en la medida de lo posible, a los logros reales del proyecto en relación directa con sus objetivos. Asimismo, se informa sobre las conclusiones del ejercicio de evaluación siempre que se considera oportuno.

Las agrupaciones geográficas de los países que figuran en el presente documento corresponden a las adoptadas por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD).

RESUMEN DE TODOS LOS PROYECTOS DE COOPERACIÓN TÉCNICA DEL ITC OPERATIVOS EN 2007

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
FONDO FIDUCIARIO GLOBAL		
Vertiente I Canadá, Dinamarca, Finlandia, Irlanda, Noruega, Suecia y Suiza.	Las contribuciones al FFG de la Vertiente I no tienen fines específicos. Las asigna la secretaría del ITC, que informa posteriormente al Comité Consultivo del FFG. Las contribuciones se utilizan principalmente para financiar las actividades de capacitación técnica y de elaboración de programas en las áreas prioritarias acordadas por el GCM.	Actividades financiadas de la Vertiente I para fortalecer la capacidad de investigación y de prestación de servicios del ITC. Los fondos disponibles han permitido al ITC: <ul style="list-style-type: none"> • Satisfacer las peticiones de países específicos relativas a la valoración de necesidades y asistencia para el desarrollo de proyectos. • Mantener y ampliar el diálogo con los socios. • Participar en reuniones con expertos y organizar este tipo de encuentros para fomentar la investigación y estrategias en aspectos especializados. • Complementar la investigación en áreas específicas.
Vertiente II Programa puente <i>ACCESS!</i> INT/82/01A – Alemania e Irlanda.	El programa <i>ACCESS!</i> es una iniciativa de ayuda al comercio regional para mujeres empresarias, con la que se intenta mejorar los servicios de ayuda empresarial en el comercio internacional de cara a promover la capacidad económica de las mujeres africanas. Iniciado en 2005 como iniciativa piloto en el marco del Programa financiado por Canadá para el fortalecimiento de las capacidades en materia de comercio internacional para África (PACCIA/PACT), abarca 10 países del África Subsahariana y Túnez y aborda las limitaciones específicas de las mujeres empresarias, mejorando su acceso a un paquete de servicios de ayuda al comercio que incluye formación para la exportación, orientación, información empresarial y establecimiento de contactos. <i>ACCESS!</i> es un componente clave del Programa corporativo del ITC Women in Trade y se basa en unos objetivos corporativos estratégicos. Ayuda a los proveedores de servicios a través de un paquete modular de servicios de ayuda al comercio específicos para las mujeres exportadoras, así como de ayudas al comercio definidas para cada sector y destinadas a empresas que operan en sectores con elevado potencial para la exportación.	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de la estrategia del programa <i>ACCESS!</i> II y selección de socios estratégicos con organizaciones empresariales regionales en las tres comunidades económicas regionales (CEEAC, CEDEAO y COMESA). • Formalización de acuerdos de asociación con organizaciones financieras internacionales así como con sus correspondientes socios técnicos para enriquecer las ofertas del programa y facilitar un alcance más amplio (FCEM, AfDB). • Cartera de formación de <i>ACCESS!</i>, incluidos los módulos específicos de cada sector, mejorada y validada. • Asesoramiento empresarial revisado y actualizado y oferta de una actividad piloto de FdF (formación de formadores) en Senegal con metodología revisada. • Portal web revisado, actualizado y enriquecido con la creación de nuevas asociaciones. • Contribución a iniciativas operativas estratégicas con instituciones existentes que actúan como puntos de coordinación de <i>ACCESS!</i> (iniciativa ProInvest, patrocinio de expertos en <i>ACCESS!</i> en evento de moda intrarregional en el Níger).

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Vertiente II Programa de Reducción de la Pobreza a través de las Exportaciones INT/W2/11A – Alemania, Finlandia, Francia, Países Bajos, Noruega, Suecia y Suiza.</p>	<p>La Asamblea General de las Naciones Unidas se ha propuesto reducir la proporción de personas que viven en la pobreza extrema a la mitad para el año 2015. Para contribuir a este objetivo el ITC ha formulado una estrategia destinada a respaldar el comercio como motor de la reducción de la pobreza y ha puesto en marcha su Programa de Reducción de la Pobreza a través de las Exportaciones (PRPE).</p> <p>La metodología del PRPE se basa en asignar productos que exijan abundante mano de obra y servicios con buenas perspectivas en los mercados internacionales a grupos de productores desfavorecidos, sobre todo mediante asociaciones con exportadores locales. El PRPE aumenta la capacidad comercial de las instituciones locales (incluidas las ONG) para apoyar a esos grupos de productores, teniendo en cuenta también aspectos de género y medioambientales.</p>	<p>Siguiendo esta nueva estrategia, el PRPE ha conseguido incrementar sus actividades en los países menos adelantados, especialmente en África, y ha desarrollado su estrategia de alianzas con socios fuertes. Actualmente el Programa está activo en unos 21 países en desarrollo de todo el mundo. En 2007, los proyectos del PRPE se han concentrado en la promoción de las exportaciones de los países menos adelantados en sectores tradicionales e innovadores con impacto en la reducción de la pobreza, como miel ecológica, pimientos, chiles, aceites esenciales, áloe ferox, jengibre, café, derivados de la seda y complementos de fieltro, así como la reducción de la pobreza mediante el turismo.</p> <p>Los proyectos de PRPE actuales benefician a unas 33.000 personas directamente con la creación de puestos de trabajo adicionales y mayores ingresos. Las mujeres están bien representadas en dichos proyectos, pues suponen un 60% de los beneficiarios. Los logros son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los socios del proyecto en Rwanda comenzaron con la destilación de aceites esenciales. Toda su producción futura ya se ha vendido a una gran empresa europea socialmente responsable que es una de las cinco compañías líderes del sector a escala mundial.
	<p>Los proyectos se ponen en marcha en países en desarrollo y economías en transición con un entorno político y económico que favorezca la reducción de la pobreza mediante las exportaciones. El trabajo realizado en los PMA está bajo la coordinación general de Marco Integrado.</p> <p>Página web: www.intracen.org/eprp</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Unas 250 mujeres mongolas, organizadas en 10 cooperativas, participaron en la feria comercial “Tendence” en agosto de 2007, en la que se consiguieron nuevos pedidos de exportación por un valor de hasta \$EE.UU. 20.000. Además, se establecieron nuevos vínculos con compradores alemanes socialmente responsables. • La actividad se repitió en Camboya con la inclusión de una cuarta y una quinta comunidad de productores de seda. • Veinte expertos nacionales de turismo sostenible recibieron formación con la colaboración de la Escuela de Turismo Hue de Viet Nam. • Se han elaborado tres estudios de propuestas para repetir la iniciativa a principios de 2008 por toda la Costa dos Coqueiros de Bahía, Brasil, de una longitud de 200 kilómetros.
<p>Evaluación INT/W2/11A: A finales de 2007, se llevó a cabo una revisión estratégica del componente de turismo del PRPE. Se llegó a la conclusión de que “existen motivos poderosos para ampliar el impacto del PRPE en la reducción de la pobreza” a la vez que se resalta la necesidad de centrarse en las competencias básicas para un comercio integrador, las cadenas de suministro y las lecciones aprendidas. En la mayor parte de los proyectos del PRPE se lleva a cabo un seguimiento regular del impacto mediante una Metodología de Estudios de Medición del Impacto. Este documento se enviará previa petición.</p>		

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Vertiente II Programa puente E-Trade para las PYME - Fase II</p> <p>INT/W2/12A – Alemania, Finlandia, India, Noruega, Suecia y Suiza.</p>	<p>Incluso en países donde existe el acceso a redes y se ha desarrollado un sector de tecnologías de la información, prevalece el <i>use-divide</i> (abismo tecnológico) entre las grandes corporaciones y las PYME. El programa ha sido desarrollado para ayudar a las PYME a salvar ese abismo. Los esfuerzos para abordarlo han sido impulsados por los proveedores. A menos que los directivos dispongan de aptitudes y conocimientos para dirigir el desarrollo de herramientas digitales, siempre existirá ese abismo. La metodología del Programa puente E-Trade (ETB) se centra en permitir a los directivos de las PYME tomar decisiones racionales sobre dónde y cuándo utilizar las nuevas tecnologías para aumentar su competitividad. El ETB facilita formación y asistencia a las PYME en las áreas de gestión, exportación y preparación para el comercio electrónico; la formación la imparten monitores y consultores formados y certificados por el programa.</p> <p>Se resumen a continuación los objetivos del programa, los indicadores de éxito y los resultados que se indican en el documento del proyecto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Objetivo 1: Mejorar la competitividad internacional de microempresas y pequeñas y medianas empresas aprovechando las ventajas de las tecnologías de la información y de la comunicación en los procesos de gestión y de negocio. • Objetivo 2: Fortalecer las redes de distribución para la oferta continuada de programas de formación y asistencia para la competitividad empresarial. • Objetivo 3: Ampliar y fortalecer las redes electrónicas para el intercambio de información y el desarrollo y difusión de herramientas informáticas. 	<p>Los principales logros alcanzados en 2007 incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejora de la gestión de exportaciones y del uso de nuevas tecnologías en 211 PYME (acceso a Internet). Durante la ejecución del programa, la cifra total de directores de PYME que asistieron a talleres sobre el diseño de estrategias de negocio e incorporaron las nuevas tecnologías a sus negocios ascendió a 1.565. Se impartieron diez programas de formación y asistencia en comercio electrónico directamente a las PYME. (Objetivo 1) • Formación de 167 instructores, consejeros de empresas y consultores. Creación de cuatro nuevos centros nacionales. (Objetivo 2) • Organización de dos foros y participación en un foro internacional sobre competitividad empresarial, con la presentación del concepto de <i>use-divide</i> (abismo tecnológico) y la solución del ITC para salvar ese abismo. (Objetivo 3) <p>Organización de talleres y reuniones para el establecimiento de contactos en Bolivia, Colombia, Honduras, Kenya, México, la República de Moldova, Nicaragua, Uzbekistán y Viet Nam. Se han finalizado dos publicaciones: “Addressing the Use-Divide: E-Solutions for Business” y “Addressing the Use-Divide: E-Solutions for Management”.</p> <p>Se ha desarrollado una herramienta de autovaloración para que los directores de PYME puedan valorar su orientación estratégica y su gestión, exportación y preparación para el comercio electrónico. En la actualidad, dicho instrumento se encuentra en período de pruebas y se espera poder lanzarlo durante el segundo trimestre de 2008.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Vertiente II Promoción Empresarial para el Comercio (World Trade Net)</p> <p>INT/W2/13A – Alemania, Irlanda, Noruega, Suecia y Suiza.</p>	<p>El programa Promoción Empresarial para el Comercio abarca actividades de redes formadas por partes interesadas públicas y privadas de 68 países, incluyendo la participación directa en 2007 de 1.300 participantes, principalmente asociaciones comerciales, organismos de promoción de la exportación y otras IAC, funcionarios, académicos y ONG especializadas.</p> <p>El objetivo global del programa es permitir que la comunidad empresarial de los países en desarrollo y en transición participe continuamente en las negociaciones con la OMC y otras negociaciones comerciales para garantizar que los resultados de las mismas se ajusten a sus prioridades estratégicas. Sus dos objetivos específicos son fomentar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una comprensión más clara entre las comunidades empresariales de lo que implican las negociaciones con la OMC y otras negociaciones sobre comercio, y • Una mejor integración de la aportación del sector privado en las estrategias de negociación con la OMC y los procesos de formulación de políticas empresariales. <p>Las actividades previstas incluyen: información empresarial regular (así como actualización diaria de una versión en línea) sobre la OMC (incluyendo las últimas noticias sobre las negociaciones de DOHA, la adhesión, la resolución de conflictos, soluciones comerciales, propiedad intelectual), integración regional, ALC (incluido el AAE) y otras noticias comerciales; elaboración de documentos analíticos orientados a la empresa sobre las implicaciones en el negocio de los acuerdos sobre Servicios y Agricultura (que incluyen servicios financieros, telecomunicaciones, logística, movilidad laboral, entre otros aspectos) y las implicaciones de la NAMA, el sector privado, la Ayuda al Comercio y la adhesión a la OMC; preparación de documentos técnicos sobre integración regional en Asia, implicaciones empresariales de las negociaciones del AAE en las regiones de la SADC y la CEDEAO.</p> <p>Página web: www.intracen.org/worldtradenet</p>	<p>Mediante el suministro periódico de noticias e información sobre el progreso de las negociaciones de Doha, la adhesión, la resolución de conflictos, los acuerdos comerciales regionales y de libre comercio (incluido el acuerdo de asociación económica), los miembros de la red disponen de información que les permite entablar un diálogo fructífero con los funcionarios de su gobierno y los negociadores respecto a cuestiones prioritarias para sus empresas.</p> <p>Además del material informativo ofrecido, el análisis orientado a la empresa que se proporciona con el programa en forma de una serie de documentos técnicos sobre las implicaciones de las negociaciones con la OMC sobre agricultura y servicios, y las negociaciones sobre acceso a los mercados para productos no agrícolas, mejoró la comprensión de la Ronda de Doha por parte de las comunidades empresariales, y les permitió definir sus prioridades estratégicas en la negociación así como en los procesos de consulta de política comercial con sus gobiernos.</p> <p>Los Diálogos Público-Privados sobre Integración Regional Asiática en Delhi, la Reunión de Expertos sobre las implicaciones empresariales de las negociaciones sobre el AAE, las negociaciones para las regiones de la SADC y la CEDEAO, la formación para el sector privado en la región CARIFORUM, así como las actividades conjuntas con la OMC y otros socios, han proporcionado a los representantes empresariales una visión única del progreso de las negociaciones y han constituido una plataforma para el diálogo con los negociadores y los funcionarios sobre la valoración conjunta de estrategias necesarias y respuestas de política comercial.</p> <p>La coordinación de tres Diálogos con el sector privado sobre la Ayuda al Comercio ayudó a los participantes a reflejar, perfilar y deliberar sobre el importante papel que debe desempeñar para el sector privado el Equipo de Trabajo de la OMC sobre Ayuda al Comercio.</p> <p>Los Diálogos constituyeron una oportunidad para definir las necesidades específicas del sector privado, cómo debería abordar esas necesidades la iniciativa Ayuda al Comercio, y cómo deberían establecerse las prioridades en los tres ámbitos siguientes: 1. El sector privado como defensor de la política comercial y para crear un entorno favorable para las empresas. 2. El sector privado como socio en el diseño, la financiación y la ejecución de proyectos de infraestructura. 3. Cómo superarán las PYME las limitaciones en el ámbito de la oferta para aprovechar las oportunidades de la liberalización comercial.</p>
<p>Evaluación: En 2007, se llevó a cabo una evaluación exhaustiva de las actividades del ITC relacionadas con el sistema de comercio multilateral (SCM): Se analizó el trabajo realizado por la Sección de Promoción Empresarial, la Sección de Análisis de Mercados, y la Sección de Comercio de Servicios. El informe de evaluación contenía cinco recomendaciones fundamentales: (1) integrar los diversos productos y servicios de SCM del ITC en una oferta de servicios más coherente y relevante dirigida a las necesidades actuales de estrategias y políticas comerciales; (2) reforzar la presencia del país en las cuestiones relacionadas con el SCM; (3) crear mayor capacidad en cuestiones relacionadas con el SCM a escala regional o nacional; (4) desarrollar conocimientos y capacidad analítica sobre el SCM dentro del ITC, y (5) reforzar el seguimiento y la implementación de un enfoque de gestión basado en los resultados. La evaluación puso de manifiesto la necesidad de garantizar una mayor coordinación y la puesta en común de opiniones entre las diversas secciones del ITC que abordan cuestiones relacionadas con el SCM. Finalmente, contribuyó en gran medida al desarrollo de la nueva línea empresarial del ITC denominada “Empresa y Política Comercial” El informe de evaluación se enviará previa petición.</p>		

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Vertiente II Promoción del Comercio Sur-Sur (SSTP).</p> <p>INT/W2/14A – Alemania, Países Bajos, Noruega y Suecia.</p>	<p>La segunda fase del programa de Promoción del Comercio Sur-Sur (INT/W2/14A) se lanzó en 2005 con los mismos objetivos que la fase I (INT/W2/09A). Se trata de un programa orientado a las transacciones que pretende generar nuevas oportunidades comerciales entre países en desarrollo y economías en transición. Persigue cuatro objetivos concretos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecer conjuntos de datos que suministren información sobre oportunidades comerciales desde una perspectiva regional y, selectivamente, interregional. • Presentar metodologías a medida y herramientas adaptadas para la SSTP. • Generar nuevos flujos comerciales y planes empresariales relacionados con el comercio. • Instituir estrategias y programas específicos para la SSTP y para su aplicación final con o sin asistencia del ITC. <p>Página web: www.intracen.org/sstp</p>	<p>En 2007, el programa de Promoción del Comercio Sur-Sur generó nuevas operaciones empresariales por un valor de \$EE.UU. 2 millones como resultado de una reunión entre compradores y vendedores sobre productos alimentarios y alimentos agrícolas procesados organizada en Mauricio para cuatro países miembros de la Comisión del Océano Índico (COI). Otros logros importantes son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • 215 PYME adquirieron más conocimientos para abordar los principales temas relacionados con la oferta mediante sesiones de formación sobre gestión de la producción y la calidad, el envasado, los requisitos sanitarios y fitosanitarios, marketing, procesado y adición de valor en sectores críticos para los países en desarrollo: algodón, alimentación y productos agrícolas procesados, moda y productos farmacéuticos. • Las iniciativas de cooperación Sur-Sur en el sector del algodón permitieron la transferencia de conocimientos y tecnología desde China, la India, la República de Corea y Turquía a 57 PYME africanas. • Bajo la dirección del ITC, 12 IAC africanas llevaron a cabo estudios sobre la oferta y la demanda, e identificaron empresas clave de los sectores alimentario y de la moda. • Con la cooperación del Departamento de Industria y Comercio (DIC) de Sudáfrica, 13 funcionarios del DIC y las IAC locales aprendieron a utilizar la metodología del SSTP para organizar reuniones de compradores y vendedores y mejorar sus servicios de asesoramiento para las PYME. Como resultado inmediato, el DIC organizó un acto para buscar intereses comunes entre 20 organismos de las Naciones Unidas y 55 empresas sudafricanas durante una sesión del Grupo de Trabajo Interinstitucional de las Naciones Unidas sobre adquisición. • 222 gestores de información de las IAC, miembros de las redes nacionales de información empresarial de Burkina Faso, el Congo, las Comoras, Madagascar y Seychelles recibieron formación y están dispuestos a ejecutar planes empresariales para la gestión de sus servicios de información comercial.
<p>Vertiente II Diseño y gestión de estrategia nacional de exportaciones INT/W2/15A – Dinamarca, Alemania, Noruega, Suecia y Suiza.</p>	<p>Esta iniciativa combina el apoyo consultivo directo en el desarrollo de estrategias realistas nacionales de exportaciones con la creación de la capacidad relacionada.</p> <p>Está destinada a reforzar, mediante intervenciones específicas para cada país, escenarios de buenas prácticas desarrollados en el marco de las actividades consultivas y de investigación del Foro Ejecutivo del ITC.</p> <p>Página web: www.intracen.org/execforum/</p>	<p>En 2007, los principales logros de esta nueva iniciativa fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se ha completado la estrategia nacional de exportación (ENE) de Uganda y ha sido respaldada por las partes interesadas del sector público y privado. • Se ha completado la ENE de Granada y ha sido respaldada por las partes interesadas del sector público y privado. Actualmente en proceso de aplicación. • Taller regional sobre “Gestión y Diseño de Estrategia Nacional de Exportación” celebrado en Ciudad de México con la colaboración de Bancomext y ProMexico. • ENE iniciada en Dominica. • Consulta sobre estrategia nacional de exportación celebrada en Mongolia. • Asistencia técnica a Kazajstán en una iniciativa sobre gestión y diseño de estrategia de exportación; se ha creado el Consejo Nacional de Exportaciones. Se ha encargado y realizado una valoración de la competitividad comercial y una valoración del potencial de exportación.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Vertiente II</p> <p>Programa ServiceExportNet</p> <p>INT/W2/16A – Dinamarca, Alemania, Finlandia, Noruega, Suecia y Suiza.</p>	<p>El programa ServiceExportNet es el paraguas bajo el cual se reúnen la mayoría de los programas de asistencia técnica que ofrece la Sección de Comercio de Servicios. Comprende una red de representantes de países beneficiarios que comunican sus retos, sus logros y sus futuras necesidades. La asistencia técnica se adapta a las necesidades detectadas.</p>	<p>En 2007, el programa alcanzó los siguientes logros:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La cobertura de la red se amplió a más de 35 países y, por primera vez, participó en la reunión anual un representante del sector público y del sector privado de cada país beneficiario. Se completaron algunas iniciativas en materia de género y comercio, como el viaje de una misión de mujeres empresarias a Canadá; un seminario en Nigeria para mujeres empresarias; y un nuevo módulo de formación denominado “Mejora de la autoestima”. En 2007 se celebraron tres eventos a gran escala en el marco de Puentes entre Fronteras en el Congo, Ghana y Perú. En consecuencia se están firmando actualmente diversos acuerdos. En Sudáfrica, se ha contratado a un asesor para realizar un seguimiento de los resultados de Puentes entre Fronteras en 2006. Ghana y Swazilandia han comunicado que, como resultado directo de su participación en ServiceExportNet en los últimos tres años han establecido relaciones comerciales en el sector servicios. Nigeria ha creado una red de mujeres exportadoras de servicios • Se ha formulado un programa para el desarrollo de asistencia técnica en Asia con Camboya, Filipinas, el Pakistán y Malasia como foco principal. En América Central se celebraron de forma independiente sesiones de formación para empresas, funcionarios del gobierno e instituciones de ayuda comercial. • En África, se ha elaborado una Hoja de Ruta para cuatro sectores en Rwanda. El Gobierno ha mostrado su satisfacción al respecto y ha solicitado que el ITC siga comprometido con su puesta en práctica. • También en África se ha llevado a cabo una campaña de sensibilización en la que intervienen diversos medios de comunicación, gabinetes estratégicos y foros especializados como CNBC Africa, South Africa Broadcast Corporation y el Foro Económico Mundial sobre África.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
PROYECTOS NACIONALES Y REGIONALES		
ÁFRICA: Proyectos nacionales		
<p>Burkina Faso</p> <p>Trade at Hand: aprovechamiento del potencial de las empresas de telefonía móvil para incrementar las exportaciones de Burkina Faso</p> <p>BKF/61/101A Suiza</p>	<p>A menudo las PYME de los países en desarrollo no cuentan con el equipamiento adecuado para ser competitivas en mercados internacionales. Uno de los principales obstáculos para su competitividad y crecimiento es la imposibilidad de acceder de forma sencilla y asequible a información empresarial en tiempo real. En general, han quedado al margen de la revolución de la comunicación debido a las deficientes infraestructuras en la mayor parte de los países en desarrollo, y sobre todo en áreas rurales. Sin embargo, las nuevas tecnologías brindan grandes oportunidades e insufflan esperanza a las empresas. La telefonía móvil, un medio de comunicación sin cables que se ha extendido exponencialmente en los países en desarrollo y especialmente en África, permite a las PYME superar las barreras y aprovechar la tecnología para su propio desarrollo.</p> <p>En 2005, el ITC formuló la hipótesis de que, combinando sus 40 años de experiencia en servicios de información a países en desarrollo, con las ventajas de la telefonía móvil (p.ej., SMS), sería posible impulsar la capacidad de exportación de las pequeñas empresas de los países menos adelantados y facilitar su integración en mercados regionales y mundiales.</p> <p>A fin de comprobar la certeza de esa hipótesis, con el apoyo de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y a petición de Burkina Faso, el ITC ha realizado una evaluación del potencial de las empresas de telefonía móvil en este país.</p>	<p>En 2007, los principales logros del proyecto fueron los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Establecimiento de buenas relaciones con un gran proveedor de información sobre precios. • Se ha creado una herramienta para enviar mensajes SMS desde la web (nombre de la herramienta: Market Alerts); • Lanzamiento del módulo 2 de Trade at Hand (Market Alerts) en Burkina Faso. • Lanzamiento del módulo 2 de Trade at Hand (Market Alerts) en Malí. • 12 IAC de Burkina Faso, Malí y Mozambique recibieron formación sobre Market Alerts; • Las IAC introdujeron en el sistema más de 1.500 contratos de PYME (números de teléfono) • Más de 4.000 SMS enviados por las IAC. <p>Se espera que el proyecto Trade at Hand tenga un efecto a medio y largo plazo en Burkina Faso. El objetivo de Market Alerts es posibilitar que los exportadores del país realicen negocios de forma más eficiente. La IAC nacional empezó a difundir información en febrero de 2007.</p>
<p>Etiopía</p> <p>PACT - Etiopía</p> <p>ETH/20/03A Canadá</p>	<p>El objetivo de este proyecto es crear vínculos comerciales entre fabricantes de productos textiles y de cuero en Etiopía y compradores en Europa y América del Norte.</p>	<p>Se han celebrado contratos para la entrega de accesorios de moda en piel confeccionados por la empresa Taytu con la etiqueta "Made in Ethiopia" y se han enviado productos al Japón, Francia y los Estados Unidos.</p> <p>Se han creado vínculos comerciales entre los productores de textiles y de prendas etíopes y los importadores del Reino Unido.</p>
<p>Etiopía</p> <p>Proyecto sobre la calidad del café de Etiopía</p> <p>ETH/61/86A Suiza</p>	<p>El proyecto tiene los siguientes objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Siete laboratorios de cata de café y control de calidad tendrán unos 15 empleados, siete de los cuales recibirán formación como catadores cualificados. • Los laboratorios se situarán en las zonas de producción de café, lejos de Addis Abeba. Funcionarán como filiales del laboratorio de café nacional/central de Addis Abeba, que certifica todo el café exportado de Etiopía. • Se espera que cuando los laboratorios estén operativos una mayor cantidad de café etíope alcance la calidad de exportable. 	<p>Los principales logros de 2007 incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A mediados de 2007 se compró y se envió a Etiopía todo el equipo desde el extranjero. • Se han seleccionado las zonas y se prevé que la construcción de los edificios empiece a principios de 2008. • Se llegó a un acuerdo entre el Gobierno de Etiopía y el FIDA (Fondo Internacional para el Desarrollo Agrícola), que financiará la mayor parte de los costes de construcción. • En 2007 recibieron formación cuarenta catadores (de un total de 49).

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Guinea</p> <p>Fortalecimiento del sistema institucional para el desarrollo de las exportaciones</p> <p>GIN/05/159A</p> <p>Marco Integrado</p>	<p>Este proyecto intenta en concreto reforzar las capacidades institucionales y humanas, con el objetivo de mejorar y aumentar los beneficios resultantes de las exportaciones y racionalizar las operaciones de importación. Esta iniciativa surge en el contexto del Marco Integrado y es producto del estudio de diagnóstico de la integración comercial y el conjunto de medidas aprobadas por todas las partes que acudieron al seminario nacional que tuvo lugar en Conakry en octubre de 2003. Para alcanzar sus objetivos, el proyecto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • racionalizará y reforzará el aparato institucional; y • creará un sistema de información comercial dirigido a aumentar la capacidad del país para interactuar de forma dinámica con las diferentes fuentes de información comercial internacional, a fin de prestar apoyo a las empresas para la exportación de sus productos. 	<p>En 2007, el proyecto ayudó a:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Simplificar el sistema institucional para el desarrollo y la promoción de exportaciones. • Apoyar a las empresas en su búsqueda de información comercial sobre productos y sus mercados. • Promover los productos guineanos entre los inversores extranjeros.
<p>Guinea</p> <p>Desarrollo comercial y exportación de productos agrícolas</p> <p>GIN/05/492A</p> <p>Marco Integrado</p>	<p>Los objetivos del proyecto pueden resumirse de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Contribuir a la reducción de la pobreza mediante acciones dirigidas a mejorar la competitividad y promover las marcas de determinadas líneas de productos agrícolas. • Capacitar a las comunidades pobres para introducir sus actividades en la cadena de valor y explotar las nuevas oportunidades comerciales. • Servir de base para el lanzamiento de programas a mayor escala. 	<p>Siguiendo el enfoque del Programa del ITC para la reducción de la pobreza a través de las exportaciones, se llevó a cabo un estudio de oportunidades y se seleccionaron cuatro (de nueve) productos agrícolas “ganadores” (piñas, mangos, chiles ojo de pájaro y manteca de karité) con un elevado potencial para la exportación y un impacto en la reducción de la pobreza en zonas rurales. Sin embargo, dada la limitación de los recursos disponibles, se pensó que se podrían conseguir resultados más tangibles si la acción se centraba en solo dos productos (piña y chiles ojo de pájaro) con ciclos de producción más cortos y mejores márgenes para las comunidades rurales.</p> <p>Un plan de acción recomendaba diversas actividades de cara a mejorar la calidad de los productos seleccionados, aumentar las oportunidades comerciales y generar unos ingresos considerables para las comunidades rurales. En este contexto, se organizaron sesiones de formación sobre el terreno sobre técnicas agrícolas innovadoras y negociación, con el fin de mejorar la capacidad de producción y la calidad y sensibilizar a los interesados respecto a los requisitos del mercado de exportación. Además, el proyecto permitió adquirir maquinaria y suministros agrícolas como abonos, pesticidas, cajas de plástico y de papel y motocicletas.</p> <p>En 2008, se organizará un taller sobre requisitos de mercado para informar a los productores locales sobre las normas y los reglamentos de los mercados de exportación regionales e internacionales. Después del taller se realizará un viaje de estudio de mercado para poner a los exportadores en contacto con los compradores de África del Norte.</p>
<p>Kenya</p> <p>Centro Piloto para Información y Diseño de Moda en Kenya</p> <p>KEN/47/101A</p> <p>Países Bajos</p>	<p>Con este proyecto se pretende capacitar a los diseñadores y modistos/as kenianos/as para entrar en la cadena de valor de la moda internacional a través del segmento de moda ética.</p>	<p>Los principales logros de 2007 son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se perfilaron los planos de un centro de diseño. • Se realizó en Nairobi un taller con firmas de moda, diseñadores y distribuidores de alta costura de Europa y de Estados Unidos para diseñadores, representantes de cooperativas de confección y proyectos comunitarios de Kenya.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Lesotho</p> <p>Desarrollo de mercados y productos agrícolas</p> <p>LES/04/713A</p> <p>PNUD</p>	<p>Con este proyecto se pretende realizar un estudio de mercado y de viabilidad de la producción para la exportación de champiñones y melocotones de Lesotho, y crear capacidad para el desarrollo del mercado de exportación en esos dos productos agrarios. Esto incluye la formación de agricultores rurales (aldeas de producción para la exportación) y PYME agrarias en el cultivo de champiñones y melocotones con calidad suficiente para su exportación. La implicación de los agricultores rurales es un elemento esencial de la estrategia gubernamental de Lesotho para reducir la pobreza.</p>	<p>Los principales logros de 2007 fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Gestión basada en resultados (GBR): Se han completado la formación y los talleres previstos. En la actualidad más de 200 aldeanos trabajan en el cultivo de champiñones y la creación de capacidad se ha ampliado a otros beneficiarios: la escuela para discapacitados, los grupos de ayuda a VIH/SIDA, y a las comunidades rurales en 10 distritos. El Ministerio de Agricultura ha declarado que los resultados fueron de unos 25 kg por metro cuadrado. Ahora los champiñones se están introduciendo en los mercados locales. • Titularidad y sostenibilidad: Los ministerios de Agricultura y Comercio han desplegado personal para ayudar en las actividades de presentación en 10 distritos. Funciona así desde 2006 con la ayuda de aportaciones en especie del Gobierno chino. El Ministro de Agricultura está organizando jornadas de puertas abiertas para fomentar la incorporación al proyecto de los minoristas locales. • Género: Hasta la fecha, la mayoría de los beneficiarios y personas que han recibido formación tanto en las oficinas del proyecto como en los distritos son mujeres de las aldeas, cooperativas agrícolas y procesadores. El Ministerio de Agricultura, que coordina sus actividades de formación, todavía tiene que presentar el informe del proyecto sobre igualdad de género, pero se estima que desde junio de 2007 se han beneficiado de la formación 120 mujeres. • Atraer más ayuda de otros donantes (Objetivo FI): El Gobierno chino se ha incorporado al proyecto con la ayuda y envío de 15 ciudadanos más a China para recibir formación; ahora dichos ciudadanos están ayudando a otros en el país. En la actualidad, en las oficinas del proyecto trabajan dos profesores chinos que imparten más formación sobre diversificación de productos, más allá de las expectativas del proyecto original. La ayuda del Gobierno chino al proyecto se ha valorado en unos \$EE.UU. 750.000. • Capacidad creada: Ahora los basutos pueden producir 25 kg de champiñones por metro cuadrado y están compartiendo esos conocimientos con otros aldeanos de todo el país. • Desarrollo del comercio: En el conjunto de medidas EDIC se indicaba que era esencial para el proyecto crear vínculos entre las PYME y las grandes empresas. Esos vínculos se están creando, y se han enviado muestras de champiñones a tres importantes cadenas minoristas. El Ministerio de Comercio, Industria, Cooperativas y Marketing y el Ministerio de Agricultura se han puesto en contacto con supermercados y cadenas hoteleras locales para promover la generación de ingresos para los beneficiarios del proyecto. • Próximos pasos: Ambos ministerios estudian las posibilidades de usar las aptitudes adquiridas como plataforma para incrementar la participación de Lesotho en el Programa de Logística y Cadena de Suministro regional de la SADC diseñado por el ITC, que ofrecerá asistencia técnica comercial en la gestión de la cadena de suministro para el subsector de la fruta y la verdura frescas.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Madagascar</p> <p>Mejora del marco jurídico para el comercio internacional en Madagascar</p> <p>MAG/27/09A Francia</p>	<p>Los instrumentos y tratados comerciales multilaterales son una parte fundamental del marco jurídico de un país. Ayudan a racionalizar el comercio y armonizar las normas y prácticas comerciales en beneficio de las actividades de importación y exportación. Varios de esos convenios multilaterales son esenciales para incrementar la confianza y un entorno jurídico seguro.</p> <p>Un análisis preliminar de la situación de Madagascar en relación con la ratificación de la adhesión a tratados comerciales multilaterales muestra que el país ha ratificado 61 de los 238 instrumentos más importantes. En este sentido, ocupa el puesto 102 de la lista mundial (de 193 países), de modo que la seguridad y la transparencia del marco jurídico del país se ven afectadas negativamente.</p> <p>El objetivo de este proyecto es crear capacidad institucional en los sectores público y privado de Madagascar (Ministerios de Comercio, Asuntos Exteriores y Justicia, escuelas de Derecho, colegios de abogados, etc.) para mejorar el nivel de comprensión, adhesión y participación del país en los principales tratados multilaterales sobre comercio, reforzando así el marco jurídico nacional. Para alcanzar dichos objetivos, se han llevado a cabo las siguientes actividades o está previsto que se pongan en práctica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Poner a disposición del Ministerio de Comercio, el Ministerio de Asuntos Exteriores, el Ministerio de Justicia, dos escuelas de Derecho y el colegio de abogados local, el perfil de análisis de país LegaCarta para Madagascar. • Organización de un taller sobre tratados comerciales multilaterales con el fin de explorar las principales obligaciones jurídicas y los beneficios económicos procedentes de los convenios multilaterales estratégicos no ratificados por Madagascar. • Realización de una misión de “formación sobre tratados” para los responsables políticos nacionales en las oficinas de las organizaciones legisladoras internacionales con sede en Europa. El objetivo de la misión es analizar los instrumentos adoptados bajo los auspicios de dichas instituciones y crear vínculos para una participación más proactiva de Madagascar en el proceso de redacción de las futuras normas internacionales en materia de comercio. • Elaboración de un currículum nacional para impartir cursos sobre tratados comerciales multilaterales en las escuelas de Derecho de Madagascar. • Mesa redonda nacional final para debatir las formas de racionalizar los procedimientos y métodos de trabajo de las instituciones implicadas en la gestión de los instrumentos multilaterales sobre comercio y definir un plan de acción para ratificar y acceder a los tratados identificados como estratégicos para la economía nacional. 	<p>La primera fase del proyecto se completó en 2007.</p> <p>Se ha instalado el sistema LegaCarta en las siguientes instituciones: Ministerios de Justicia, Comercio, Asuntos Exteriores y Transporte; Cámara de Comercio de Antananarivo; Colegio de abogados; Escuela de Derecho de Antananarivo; Tribunal Supremo; comisiones jurídicas del Senado y la Asamblea Nacional; y la Escuela de Formación de Magistrados. Unas 50 personas han recibido formación sobre el uso y la instalación de la base de datos, así como el impacto de los tratados multilaterales en el entorno jurídico nacional. En la actualidad el sistema está siendo utilizado por responsables políticos y para fines formativos..</p> <p>Además, tanto los responsables políticos nacionales como los representantes del sector privado y la comunidad jurídica han adquirido unos conocimientos aceptables del sistema de tratados multilaterales sobre comercio y las obligaciones/ventajas que implican. Se ha elaborado un plan de acción para la ratificación de un primer grupo de convenios importantes, teniendo en cuenta las prioridades y necesidades económicas del país.</p> <p>El resto de las actividades se llevarán a cabo en 2008.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Malawi</p> <p>Apoyo técnico para mejorar la infraestructura de estandarización, garantía de la calidad, acreditación y metrología (NCAM)</p> <p>MLW/05/614A PNUD</p>	<p>El proyecto ejecutado por la Oficina de Normas de Malawi (ONM) se inició a finales de 2005. Su objetivo es mejorar la calidad de los servicios que presta dicha Oficina al sector empresarial. Pretende conseguir un desarrollo continuado del personal mediante la asistencia técnica y la concienciación respecto a la necesidad de mejorar la infraestructura de NCAM, la introducción de sistemas para la ISO 9001, el HACCP y la capacitación de la Oficina.</p>	<p>Los logros del proyecto en 2007 son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejora de la sensibilización de unos 55 representantes del sector privado y de instituciones de ayuda al comercio sobre la importancia de la reglamentación técnica, las normas internacionales y la valoración de idoneidad en el comercio internacional. Otros 20 representantes de empresas han obtenido una visión general de los Acuerdos de la OMC sobre MSF y OTC gracias a su participación en el taller de tres días denominado “Implementación de un sistema de gestión de la inocuidad de los alimentos según el HACCP”. • Creación de sistemas de gestión de la calidad (SGC). El componente ISO 9001 incluye formación y asesoramiento para 8 empresas locales del sector de la alimentación y la agricultura en relación con la creación y aplicación de un SGC. Se espera que tres de las ocho consigan en 2008 la certificación para terceros en SGC. • Establecimiento de sistemas de gestión de la inocuidad de los alimentos basados en el HACCP. El componente HACCP incluye formación y asesoramiento para 11 empresas locales, y no 8 como se había previsto inicialmente, en relación con el establecimiento y la aplicación de sistemas de gestión de la inocuidad de los alimentos de conformidad con las normas del Código HACCP. También mejoró la capacidad de los funcionarios de la ONM en cuanto a inocuidad de los alimentos. Además, 13 participantes de 9 empresas que están aplicando los Sistemas de Gestión de la Inocuidad de los Alimentos (SGIA) en el marco del proyecto y 6 funcionarios de la ONM recibieron formación en un Curso de Formación Lead Auditor/FSMS Auditor. • Acreditación, pruebas y calibración El componente de acreditación de laboratorio ayuda a diversos laboratorios de Malawi con ayuda directa y formación en el desarrollo de acreditaciones según la norma ISO/IEC 17025. • Requisitos para que los laboratorios de pruebas adquieran competencias. Los cuatro laboratorios participantes han definido ya claramente la estructura de un sistema de calidad que deberán codificar en forma de manual de calidad. El personal de los cuatro laboratorios participantes también actualizaron sus conocimientos y su comprensión de la validación de métodos, el control de calidad y la estimación de la incertidumbre en la medición. • Fortalecer a la ONM como organismo de certificación. Se realizó un análisis de deficiencias del SGC de la ONM y se proporcionaron recomendaciones y planes de acción para diseñar, aplicar y mantener un sistema de gestión de la calidad, así como para la formación de auditores de SGC de acuerdo con las normas internacionales. Tres auditores de SGC ampliaron sus conocimientos sobre certificación y los requisitos de las directrices ISO 19011 y la Guía 62 ISO/IEC, y obtuvieron una mejor comprensión de cómo poner en marcha los planes de acción propuestos. Seis auditores de SGC de la ONM recibieron formación en un curso de formación Lead Auditor ISO 9000 reconocido internacionalmente.
<p>Malí</p> <p>PACT-Malí</p> <p>MLI/20/02A</p> <p>Canadá</p>	<p>PACT-Malí aborda algunos de los problemas de oferta relación con el aumento de las exportaciones. Las PYME reciben asistencia práctica para incrementar su competitividad y promover oportunidades concretas de negocio. También se presta ayuda a las instituciones de apoyo al comercio.</p>	<p>El programa fue importante para conectar a los exportadores malienses de productos hortícolas con los mercados internacionales mediante su participación en la feria Fruit Logistica. Ya se han sentado las bases para la diversificación del mercado de productos hortícolas malienses y se está experimentando un aumento de las exportaciones. Este logro se expuso en una de las reuniones de Ayuda para el Comercio en la OMC, y los exportadores malienses lo destacaron también en “La Journée du Mali” organizada en Ginebra en diciembre de 2007.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
Evaluación de MLI/20/02A: <i>Partes interesadas malienses llevaron a cabo un ejercicio de autodiagnóstico con resultado positivo. El informe de evaluación se enviará previa petición.</i>		
<p>Mauricio</p> <p>Mejora de la competitividad de la industria de la confección en Mauricio</p> <p>MAR/55/02A Mauricio</p>	<p>Este proyecto se inició después de la desaparición de las cuotas, cuando la mayoría de las empresas de confección mauricianas estaban cerrando. Supone un ejemplo de cómo una asociación público-privada enfocada a un objetivo, y canalizada a través de instituciones de ayuda al comercio que cuentan con las herramientas necesarias, puede ayudar a incrementar la competitividad del sector empresarial, incluso cuando el sector está cerrando y las inversiones se están realizando fuera del país.</p> <p>El objetivo general es ayudar a Mauricio a retener el comercio de textiles y confección como medio para el desarrollo económico y la reducción de la pobreza a través de la creación de empleo. La meta inmediata es la creación de capacidades en la industria para pasar de los insostenibles negocios “a maquila” a la producción de artículos con valor añadido que cumplan los requisitos de los compradores, mejorando las aptitudes de contratación y marketing, así como el rendimiento. Así aumentará la competitividad y se creará capacidad para resistir la creciente competencia.</p>	<p>Este proyecto generó una respuesta abrumadora de las empresas de confección de prendas del país. A finales de 2007, el proyecto había conseguido formar y preparar a unas 15 empresas para acceder al mercado francés, participar en la feria FATEX de París asumiendo los costes con la ayuda de Enterprise Mauritius (EM), y hacerse un lugar en el tan competitivo mercado mundial de prendas de confección, donde se encuentran en clara posición de desventaja con respecto a sus competidores asiáticos. El proyecto reunió y permitió iniciar un diálogo entre las empresas participantes y Enterprise Mauritius. La coordinación entre EM y las empresas y la dirección del proyecto a escala nacional ayudaron a despertar el interés de al menos 15 compradores para cada una de las compañías participantes en dos misiones en Francia. Entre 10 y 15 compradores mostraron un interés firme y solicitaron muestras en la feria FATEX celebrada en noviembre de 2007. Era la primera vez que las compañías se daban cuenta de su potencial; desde entonces han empezado a ponerse en contacto con compradores por sí solas. Las actividades de mercado en el Reino Unido y Escandinavia empezarán en 2008. El componente de contratación también comenzarán ese año.</p>
<p>Mozambique</p> <p>PACT-Mozambique MOZ/20/04A Canadá</p>	<p>PACT es un programa conjunto del ITC y la Oficina de Promoción de Exportaciones al Canadá (BPCC, Ottawa), desarrollado como una de las iniciativas del Fondo Canadiense para África. El programa, llevado a cabo por el Organismo Canadiense de Desarrollo Internacional (CIDA), intenta fortalecer la capacidad del sector privado africano para participar en el comercio internacional, y ya ha concluido. Los resultados pueden definirse como sigue:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aumento de los contactos e intercambios de servicios entre las instituciones de apoyo al comercio y mejora de su capacidad de servicio. • Servicios nuevos o mejorados de ayuda al comercio por parte de la sucursal en Nampula del Instituto para la Promoción de las Exportaciones (IPEX). • Mayor sensibilización de las empresas respecto a los requisitos del mercado de exportación para el envasado de productos; introducción de mejoras relacionadas a nivel de empresa. 	<p>El programa ha conseguido mejorar el alcance del Instituto para la Promoción de las Exportaciones (IPEX) a escala provincial y perfeccionar los servicios de información sobre comercio en las oficinas centrales. El servicio Trade at Hand (sistema de alertas comerciales de web a SMS) se lanzó con éxito y se expuso como una intervención apta para ser repetida a nivel nacional en la sesión del Gabinete nacional. Se ha llevado a cabo una valoración global del sector del envasado para productos agrícolas y se ha completado y presentado al Gobierno una propuesta para la mejora sistemática de la capacidad de envasado desde el punto de vista de la infraestructura, la formación, el desarrollo de capacidad y el cumplimiento de las normas específicas del mercado. Los resultados y las lecciones aprendidas con este programa constituyen una parte considerable de la base para la programación complementaria que se inicia ahora en Mozambique.</p>
<i>Las partes interesadas llevaron a cabo un ejercicio de autodiagnóstico, con resultado positivo. El informe de evaluación se enviará previa petición.</i>		

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Nigeria</p> <p>Evaluación de la capacidad en materia de servicios II.</p> <p>INT/72/04A Estados Unidos de América</p>	<p>El proyecto AGCS tiene por objeto crear conocimientos sobre el comercio de servicios en el país cliente, proporcionar una información completa sobre el mercado de servicios en dicho país, e identificar opciones de negociación comercial en consulta con expertos en servicios. El proyecto crea capacidades encargando a un asesor nacional que analice el comercio de servicios a través de un estudio y una encuesta a las asociaciones, empresas y ministerios que promueven el comercio.</p>	<p>El proyecto terminó en 2007, dando como resultado la elaboración de ocho informes del AGCS. Las actividades de 2007 se centraron principalmente en la organización del seminario “Cómo beneficiarse de las negociaciones del AGCS – Sesión informativa”. La sesión informativa resaltó las implicaciones del AGCS para las empresas y permitió a los miembros adoptar la postura correcta en las negociaciones con la OMC. Se prepararon los informes del ITC sobre las prioridades del sector servicios para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar el estado de las conversaciones sobre servicios en la Agenda para el Desarrollo de Doha (ADD). • Rendir cuentas de los resultados de la Mesa Redonda del ITC de diciembre de 2006 sobre la Participación Empresarial en las Negociaciones del AGCS. • Comprometerse en una serie de negociaciones bilaterales sobre los resúmenes por país para revisar las prioridades del sector nacional de servicios. • Escuchar la opinión de los negociadores sobre servicios de los principales participantes en la ADD. • Negociar a fondo con la Secretaría de la OMC en el ámbito de las telecomunicaciones, los servicios postales, Modo 4 y los servicios de transporte. <p>El acto reunió a un número considerable de expertos y facilitó a los participantes el acceso a algunos de los actores y agentes mejor informados en el ámbito de los servicios.</p> <p>En el debate se puso de manifiesto la naturaleza de continuidad de las negociaciones del AGCS y la complejidad del sector de los servicios, que abarca unos 160 subsectores. Hasta la fecha sólo se ha realizado un número reducido de ofertas de apertura de mercado y se avanza lentamente en las “normas” sobre servicios en el contexto de un entorno de negociación global. En las discusiones también se destacó la verdadera complejidad a la que se enfrentan los países en desarrollo para identificar cuáles son sus intereses ofensivos y defensivos, a causa de su limitada o nula interacción con el sector privado, para formular unas posturas de negociación coherentes y negociar los servicios para avanzar y defender sus intereses. Y todo ello a pesar de la considerable liberalización unilateral de los sectores de servicios y de las pruebas irrefutables de las ventajas que pueden obtenerse de la apertura de unos mercados de servicios bien concebidos, secuenciados y adecuadamente regulados (es decir, mejora de la competitividad).</p> <p>Los estudios sobre el país y los informes ayudaron a definir los intereses y enmarcar las cuestiones que deben negociarse en las consultas con el sector privado. Los participantes destacaron la necesidad de una mayor ayuda para traducir sus intereses en posturas de negociación ante el AGCS y ofertas de compromisos específicos.</p>
<p>Senegal</p> <p>Proyecto prioritario del Marco integrado para el desarrollo del turismo de base comunitaria en Senegal. SEN/06/054A</p> <p>Finlandia</p>	<p>Con este proyecto se intenta contribuir al crecimiento económico del Senegal mediante la promoción del turismo de base comunitaria y la reducción de la pobreza con una mayor sostenibilidad de las actividades de producción y servicios relacionados. El proyecto propone actividades indicadas para mejorar la competitividad y la comercialización de productos agrícolas locales de comunidades rurales y el incremento de las ventas a clientes extranjeros que visiten Senegal.</p>	<p>Un asesor nacional elaboró un estudio de oportunidades para el desarrollo del turismo de base comunitaria en la región de Sant-Louis, con aportaciones técnicas del ITC. Las recomendaciones del estudio fueron validadas por las partes interesadas y se completaron en agosto de 2007. Dichas recomendaciones se aplicarán en 2008.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Senegal Proyecto prioritario del Marco Integrado para el fomento del punto central nacional encargado de la aplicación del programa del Marco Integrado de asistencia técnica al comercio y para la puesta en marcha de la ASEPEX. SEN/06/055A Finlandia</p>	<p>Con este proyecto se intenta reforzar los recursos financieros del punto central nacional responsable de la aplicación del programa del Marco Integrado. Dichos recursos le permitirán realizar actividades de seguimiento relacionadas con el Marco Integrado; en especial, informar y sensibilizar a los socios en el desarrollo y coordinarse con los departamentos ministeriales que intervienen.</p> <p>El proyecto también está destinado a acelerar el lanzamiento y la ejecución de actividades de la ASEPEX. La ASEPEX (Agencia senegalesa de promoción de la exportación) es un organismo cuyo principal objetivo es ofrecer ayuda para la exportación a los operadores económicos de Senegal.</p>	<p>Principales logros de 2007:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se ha puesto en marcha el mecanismo para la ejecución y el seguimiento de los proyectos del Marco Integrado. Ello ha supuesto la celebración de reuniones con los socios para el desarrollo y la provisión de ayuda logística al punto central. Las actividades de ASEPEX se desarrollaron sobre la base de una estructura eficiente y las mejores prácticas, que incluyen: <ul style="list-style-type: none"> – Diseño del logo de ASEPEX. – Transferencia a ASEPEX de las actividades de promoción del comercio de Trade Point Senegal. – Transferencia a ASEPEX de la emisión de certificados de origen. – Elaboración de un manual con los procedimientos administrativos, contables y financieros, incluidos los específicos para el Fondo de promoción de las exportaciones (FOPROMEX). – Selección y contratación del personal de ASEPEX.
<p>Senegal Trade at Hand – Senegal SEN/47/102A Países Bajos</p>	<p>Los proyectos Trade at Hand (T@H) han confirmado que disponer de un canal de información a través del teléfono móvil puede tener un gran impacto en la competitividad del exportador, y sus módulos han sido muy bien recibidos por los beneficiarios. Los exportadores y las IAC apoyan el concepto con entusiasmo y solicitan más contenido y características relacionados con el comercio. En este contexto, el ITC ofrece mejorar las capacidades de exportación de las empresas de Senegal, y facilitar su integración en los mercados regionales y mundiales, con un servicio de alertas de mercado vía SMS y telefonía móvil.</p> <p>ASEPEX, el principal organismo senegalés para la promoción de la exportación, ha probado ambos módulos con un resultado muy positivo y pide la aplicación de Trade at Hand en Senegal lo antes posible. Los beneficiarios directos (grupos destinatarios) serían: exportadores senegaleses de productos agrícolas; asociaciones de exportadores de productos agrícolas; y cuatro IAC seleccionadas. Se otorgaría un contrato al proveedor local de servicio técnico para la implementación del sistema de información.</p> <p>Los posibles proveedores de servicio técnico son MANOBI, GSIE y PEOPLINPUT, todos ellos con experiencia en aplicaciones de telefonía móvil y difusión de información comercial. Se ofrecerán funcionalidades adicionales, como comentarios de los exportadores a las IAC por SMS, con la ayuda del socio técnico local. Se dispondrá de fuentes de información adicionales mediante una estrecha colaboración y asistencia técnica con el Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM) del ITC, que actuará como socio del proyecto.</p>	<p>El sistema T@H, incluidos los módulos Market Prices y Market Alerts, se adaptó para aplicarlo en Senegal. Como respuesta a las necesidades expresadas, la versión senegalesa de Trade at Hand incorpora dos mejoras: el desarrollo de un nuevo módulo y la incorporación de nuevos productos en el sistema de cotización diaria de precios.</p> <p>En relación con el módulo Market Prices, los exportadores senegaleses (y malienses) de frutas y verduras ahora pueden utilizar el T@H para recibir cada día las cotizaciones de precios, algo que, según ellos, les permite adquirir un mayor conocimiento del mercado y mejorar su competitividad. Los exportadores negociaron mejores condiciones gracias a las 25.000 cotizaciones de productos recibidas por SMS. Se consiguió una sinergia con el SNM, vinculando así los sistemas de información con las empresas. En Malí se ha puesto en marcha un modelo sostenible en el que una IAC que actúa como punto central desempeña una función primordial. Finalmente, en respuesta a una necesidad expresada, se ha lanzado un nuevo sistema de cotizaciones “sobre pedido”.</p> <p>En cuanto al módulo Market Alerts, ahora 8 IAC nacionales pueden utilizarlo y lo utilizan para ayudar al sector privado con alertas comerciales. Las PYME son más fuertes gracias a las más de 1.000 alertas relacionadas con el comercio que han recibido por SMS (cifra que aumenta cada día que pasa). La IAC sustituirá al ITC en el sistema de servicios y compras por SMS. Actualmente se está desarrollando una nueva aplicación (un sistema de recogida de precios nacionales) como respuesta a una petición de la IAC.</p> <p>Reconocimiento e impacto adicional. En la actualidad, el T@H está presente en seis países: Burkina Faso, Malí, Mozambique, Senegal, Tayikistán y Kirguistán. En 2007 recibió una nominación para el Premio GSM (junto con Grameen Foundation y China Mobile). Se creó un panel de control en línea para realizar un seguimiento del uso, la satisfacción y el impacto del sistema T@H.</p> <p>La capacidad de ASEPEX para apoyar a los exportadores localmente, incluyendo la capacidad en su nuevo papel de proveedor de certificados de origen, ha aumentado con la firma de una carta de entendimiento en diciembre de 2007.</p> <p>La sostenibilidad del servicio queda garantizada con la delegación de responsabilidades a las IAC de Malí y Senegal. En cada país se delegó a una IAC la responsabilidad de actuar como punto central para la red nacional de información comercial Trade at Hand.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Senegal</p> <p>Fomento de las capacidades senegalesas para asesorar sobre competitividad comercial y de exportación hacia Europa.</p> <p>SEN/47/94A Países Bajos</p>	<p>El proyecto es ejecutado conjuntamente por el ITC y el CBI (Centro de Fomento de las Importaciones de los Países en Desarrollo) y está enfocado a generar capacidades nacionales para prestar servicios de formación y consulta a las empresas senegalesas, de modo que aumente su competitividad y se incrementen sus exportaciones a Europa.</p> <p>ASEPEX utilizará esas capacidades a corto plazo para realizar actividades de promoción de la exportación financiadas por FOPROMEX para las empresas que requieran dicha ayuda.</p> <p>Algunas empresas también obtendrán asistencia directa gracias a la labor realizada por cada participante en los talleres, así como durante los cursos impartidos por los participantes con motivo de su certificación como asesores de desarrollo.</p> <p>El CBI es responsable de la ejecución del componente de «exportación a Europa» del programa.</p>	<p>Los principales logros de 2007 incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los participantes en el programa organizaron y realizaron un simposio para presentar el programa y su tecnología subyacente (conceptos, metodología, material y herramientas) a los expertos recién certificados, asesores y asociados, y su asociación con socios o clientes potenciales senegaleses. • Los participantes en el programa realizaron un taller de formación sobre los principios de la competitividad, el diseño de estrategias y la planificación de la aplicación de estrategias para directores de empresas. • Tres orientadores recibieron la certificación como Expertos en el Desarrollo de la Gestión (uno de ellos de Senegal); 12 participantes fueron certificados como Asesores para el Desarrollo de la Gestión; y 10 participantes recibieron el certificado de Asociados. • Los asesores supervisores ayudaron en la preparación del simposio. • Con el componente del CBI se pretendía fortalecer a los participantes así como a otros que no se habían beneficiado del componente del ITC o no habían recibido una certificación del ITC. • Los participantes certificados formaron la Asociación senegalesa de asesores para el desarrollo de empresas (ASCDE), que colabora estrechamente con el ITC, el CBI y ASEPEX para realizar más actividades del programa.
<p>Sierra Leona</p> <p>Programa de reestructuración y creación de capacidad</p> <p>SIL/95/10A Banco Mundial</p>	<p>El objetivo del proyecto es reestructurar la Corporación de Desarrollo e Inversión en Exportación de Sierra Leona (SLEDIC) a fin de reforzar la infraestructura nacional de fomento del comercio y capacitarla para prestar servicios eficaces al sector privado.</p>	<p>Se ha creado y puesto en marcha el plan de acción para el apartado de desarrollo de la exportación de la sucesora del SLEDIC, denominada Agencia para la Promoción de la Exportación y la Inversión en Sierra Leona (SLIEPA). El SLEDIC se ha disuelto y ha sido sustituido por la SLIEPA mediante una ley del Parlamento.</p>
<p>Uganda</p> <p>Capacidades consultivas de Uganda para la competitividad en la exportación</p> <p>UGA/47/98A Países Bajos</p>	<p>El ITC ha hecho una amplia difusión de programas genéricos de formación con el fin de capacitar y certificar a formadores locales y asesores para realizar diagnósticos de gestión y valorar los recursos que necesitan las empresas. Por su parte, el CBI tiene unos programas excelentes específicos para cada sector y producto dirigidos a la exportación al mercado europeo. En muchos países de todo el mundo se ha identificado la necesidad de crear un programa conjunto basado en los puntos fuertes del CBI y el ITC.</p> <p>Con el fin de aumentar al máximo las sinergias entre ITC/EMDS y los programas de creación de capacidad asesora del CBI, se ofrecerá formación transversal y de actualización de conocimientos a los expertos del CBI.</p>	<p>Los logros del proyecto en 2007 son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las actividades de desarrollo de la gestión de Uganda se integraron en el plan para 2007 del Acuerdo CBI-ITC 2007-2010. • Se ofrecieron dos talleres sobre principios de la competitividad, aptitudes para el diagnóstico, diseño de estrategias y diseño/desarrollo de programas. • 28 participantes, incluyendo expertos del CBI y asociados del ITC, recibieron formación sobre programas e instrumentos ITC/EMD. • Ahora, los participantes pueden valorar los problemas a los que se enfrentan los directores de empresas en los ámbitos de gestión, exportación y comercio electrónico. • Asimismo, pueden diseñar estrategias y planes estratégicos para que sus empresas sean más competitivas.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
	<p>Los objetivos del programa son crear un equipo nacional de asociados, asesores y expertos en el desarrollo de la gestión, acreditados por el ITC, que puedan proporcionar asistencia directa a las PYME para mejorar su competencia en la gestión, la exportación y el comercio electrónico, y ofrecer una oportunidad para que los asesores y expertos puedan ejercer sus capacidades fortalecidas.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Los participantes también pueden diseñar programas eficaces de asesoramiento y formación sobre comercio, ofrecer servicios de asesoramiento basados en la metodología ITC/EMD e impartir formación sobre comercio acreditada por el ITC. <p>Las empresas seleccionadas recibieron formación informal así como asesoramiento comercial que dieron lugar a auditorías de empresa y planes estratégicos. Los asesores de supervisión ayudaron a los participantes a cumplir sus misiones dentro de las empresas, lo que incluía visitas sobre el terreno a dichas empresas.</p>
ÁFRICA: proyectos regionales		
<p>Programa de formación integrado del CBI/ITC</p> <p>INT/47/85A Países Bajos</p>	<p>El CBI va a llevar a cabo un programa de formación integrado a modo de prueba y en colaboración con la EMDS y la IPSMS (Sección de Desarrollo de la Gestión Empresarial, Sección de la Gestión de Compras y Suministros Internacionales) del ITC. La EMDS ha probado y difundido ampliamente programas de gestión estratégica y competencias de marketing. La IPSMS ha ejecutado programas relativos a la gestión de la cadena de valor de producción. Ambos tipos de programas son de carácter genérico y modular. Se puede ajustar la duración y la profundidad de los mismos desde un solo día hasta una exposición a gran escala durante un período de tiempo mayor. El CBI, por su parte, posee excelentes programas de formación específicos para sectores.</p> <p>El ámbito de aplicación podría ser suficiente para que se produjeran importantes sinergias si las organizaciones combinan sus respectivas experiencias en materia de formación de directivos de PYME. Si bien la EMDS y la IPSMS carecen de aportaciones sectoriales específicas, sin una competencia de gestión general (gestión estratégica, de producción y de marketing) los programas para sectores específicos podrían no alcanzar su pleno potencial en lo que a efectividad se refiere.</p> <p>A modo de prueba, se propone que el ITC lidere dos programas sectoriales o funcionales específicos del CBI con programas conjuntos de la EMDS/IPSMS, centrándose en competencias estratégicas de gestión, dirección de producción y dirección de marketing. Esto proporcionará un marco general para los programas del CBI que permitirá a los alumnos relacionar los conocimientos y las aptitudes específicos que adquieran de los expertos del CBI con la gestión general, así como dar relevancia a los programas genéricos.</p>	<p>En 2007, el programa organizó dos sesiones de trabajo para asesores de MDF (<i>MDF es una empresa consultora de los Países Bajos que colabora con el CBI</i>), gestores de programas del CBI, consultores externos del CBI y funcionarios de la EMDS de las oficinas centrales del CBI de Rotterdam, destinadas a exponerles los puntos básicos del Sistema de Gestión Empresarial y sus ampliaciones, así como a darles a conocer las metodologías de MDF y del CBI. Como resultado de ello:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los participantes se familiarizaron con el enfoque basado en los resultados de la formación y la certificación de los asesores empresariales locales. • Los participantes llegaron a conocer el exhaustivo proceso de programación del desarrollo organizativo destinado a las organizaciones de apoyo empresarial. • Los participantes compartieron sus opiniones sobre ambos planteamientos y participaron en debates sobre el mejor modo de aplicarlos en la práctica. Los participantes se familiarizaron con los requisitos necesarios para el éxito de estos planteamientos. • Se formuló una recomendación para mejorar la integración de los programas de formación del CIB y de la EMDS, haciendo que ésta se centrara en competencias de gestión general y el CBI en programas específicos para sectores.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Proyecto de promoción del comercio de servicios en países africanos seleccionados</p> <p>INT/47/87A Países Bajos</p>	<p>La promoción de las exportaciones de servicios constituye un medio de diversificación comercial respecto de los productos tradicionales, y el trabajo realizado por el ITC en 16 países del África Subsahariana apunta a que existe un amplio potencial para incrementar las exportaciones de servicios y el comercio Sur-Sur.</p> <p>Este proyecto comenzará con un Programa de Asistencia Técnica del ITC, dividido en seis fases, para aumentar la exportación de servicios en tres nuevos países africanos. Como continuación del encuentro regional de asociaciones del sector servicios (fase 5), que ha de fomentar las colaboraciones entre los participantes, los tres nuevos países participarán en la creación de consorcios.</p>	<p>En 2007 tuvieron lugar las siguientes actividades: se contrató a consultores nacionales en Ghana, Kenya y Nigeria; se llevaron a cabo estudios de capacidad; se crearon portales nacionales; se reforzó la capacidad de prestación de servicios a las empresas por parte de las IAC; se impartió formación a empresas de servicios, asociaciones y funcionarios públicos; y más de 75 asociaciones y proveedores de servicios participaron en el acto “Puentes entre Fronteras” celebrado en Accra entre los días 7 y 9 de noviembre de 2007.</p>
<p>Socios para el envasado: refuerzo de la red</p> <p>INT/47/91A Países Bajos</p>	<p>El objetivo de este proyecto es desarrollar las redes creadas bajo el proyecto PACKit, a fin de reforzar y ampliar la labor de las organizaciones envasadoras y de éstas entre sí, en diversos ámbitos.</p> <p>Se reforzarán las actividades mediante el uso de recursos en línea, la celebración de actos nacionales y regionales y la continua difusión de materiales sobre envasado por las redes de socios.</p>	<p>Tras más de dos años de extenso trabajo en las cadenas de suministro de envasado de la subregión, que abarca más de 10 países, el ITC ha adquirido sólidos conocimientos sobre cuestiones de competitividad relacionadas con el envasado. Los aspectos más importantes sobre los que ahora se tiene una perspectiva más amplia son: Para que los exportadores puedan sustituir materiales de envasado importados, que dan buenos resultados y cumplen los requisitos pertinentes, por materiales de envasado producidos local o regionalmente, es necesario que las cadenas de suministro de envasado:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posean la masa crítica esencial con una sólida base en el mercado local o a escala regional. Mientras que las industrias de envasado requieren importantes inversiones y unos resultados significativos, las PYME exportadoras carecen a menudo del volumen suficiente para absorber dichos resultados, por lo que es necesario que los inversores relacionados con el envasado adopten un enfoque regional con respecto a este negocio y cubran varios mercados. • Estén familiarizadas con los requisitos del mercado de exportación (rendimiento y cumplimiento del material de envasado) para así poder diseñar productos de envasado adecuados. • Trabajen en un entorno propicio: esto es aplicable a los aranceles y los impuestos, la infraestructura y la disponibilidad de centros de ensayos técnicos. • Puedan educar a sus clientes en materia de envasado, especialmente en lo concerniente al rendimiento y el diseño. Esto permitiría que las inversiones de los donantes estuvieran mejor enfocadas. <p>Los conocimientos adquiridos por el ITC le permiten informar y orientar a la comunidad de donantes acerca de una estrategia relativa a los esfuerzos destinados a la subregión en los próximos años. Los análisis de países y regiones, así como las recomendaciones, se distribuirán y se utilizarán a gran escala durante los seminarios y los actos organizados en la subregión.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Obtención de información de marketing y productos ecológicos y naturales a través de la red</p> <p>INT/47/95A Países Bajos</p>	<p>El proyecto se dirige a alcanzar los siguientes objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Concienciar a los exportadores de productos ecológicos y naturales sobre la eficacia de Internet como herramienta de marketing e investigación. • Dotar a los exportadores de conocimientos y herramientas prácticas de TIC, para acceder a clientes potenciales. • El proyecto permitirá llegar a: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Un mayor nivel de habilidad y conocimientos de las IAC sobre cómo comunicar a todo el mundo la información sobre clientes mediante Internet. ▪ Mejorar la habilidad para obtener información en línea sobre mercados y productos ecológicos y naturales. 	<p>Continuación del trabajo iniciado en 2007 que permitió, a través de un taller celebrado en Etiopía:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilizar a los participantes sobre las oportunidades que les ofrece Internet para incrementar el rendimiento de sus exportaciones y para obtener información de mercado a bajo coste. • Formar a los participantes en los aspectos prácticos del diseño de páginas web, empresas de marketing, fórmulas para cubrir las necesidades de los clientes de las IAC en línea, obtención de información de mercado. • Detectar nuevas oportunidades de negocio para empresas mediante Internet.
<p>Programa de asistencia técnica del ITC para promover el comercio de servicios</p> <p>INT/75/23A Comisión Europea</p>	<p>El ITC lanzó este proyecto para aumentar la participación de los países en desarrollo en las negociaciones de la OMC sobre el Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS). El proyecto pretende sensibilizar a los representantes de los sectores público y privado sobre la importancia del comercio de servicios para sus economías nacionales y fortalecer sus capacidades de negociación. El proyecto abarca seis países francófonos del África Subsahariana: República Centroafricana, Chad, Congo, República Democrática del Congo, Gambia y Togo.</p> <p>El proyecto comenzará con un trabajo de investigación sobre los sectores de servicios de los seis países beneficiarios. Consultores nacionales realizarán estudios de campo para determinar el nivel de intercambios internacionales en el comercio de servicios. Este estudio se realizará a base de entrevistas y debates con asociaciones, representantes del sector privado, el gobierno, el centro nacional de estadística y representantes del banco central. Una base de datos central ofrecerá la información de todas las partes interesadas en el mercado de servicios de los distintos países beneficiarios. Partiendo de los resultados recopilados, se elaborará un estudio del potencial del comercio de servicios.</p> <p>Se evaluará la capacidad comercial de cada país en el comercio de servicios, se analizará la infraestructura nacional de servicios y se describirán los obstáculos existentes para el comercio de servicios desde el punto de vista del sector privado. A continuación se organizarán talleres de formación en todos los países a fin de descubrir las oportunidades de exportación del sector servicios, fortalecer las capacidades locales para identificar dichas oportunidades y mejorar el posicionamiento en el mercado de cada país para convertir dichas oportunidades en auténticas transacciones comerciales.</p>	<p>Los logros del proyecto en 2007 son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Como resultado de la evaluación, aumentó la concienciación sobre el posible efecto positivo que puede tener el comercio de servicios en la diversificación de las exportaciones y los resultados comerciales. • Se garantizó el aumento de la asistencia técnica ofrecida por el ITC y el mantenimiento de la misma a través de asociaciones del sector servicios. • Se incrementó el número de empresas preparadas para la exportación. • Aumentaron el comercio y las asociaciones interregionales entre los seis países francófonos africanos. • Aumentó la concienciación sobre las implicaciones comerciales de las negociaciones bilaterales o multilaterales. • Se impartió formación en materia de marketing para la exportación a más de 500 empresas y/o profesionales en seis países. • Casos exitosos de exportaciones en todos los países. • Más de 15 asociaciones de servicios impartieron talleres de formación en materia de exportación en todos los países. • Se formalizaron acuerdos amistosos entre tres asociaciones y asociaciones homólogas de otros países. • Más asociaciones aumentaron la credibilidad de las empresas afiliadas a través de programas de premios, etc. • Se incluyeron los servicios relacionados con las estrategias de exportación en los seis países.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Relanzamiento de la integración económica subregional de los Estados de África Central (CEEAC)</p> <p>RAF/02/015A PNUD</p>	<p>Este programa pretende prestar asistencia a la CEEAC en el relanzamiento de la integración económica subregional de los Estados de África Central, reduciendo las barreras nacionales que obstaculizan la circulación de personas, bienes, servicios, capital e ideas dentro de la subregión. El programa se centra en actividades que no sólo apoyan el desarrollo de la capacidad institucional en la Secretaría de la CEEAC, sino que además, le exigen a ésta que colabore estrechamente con los gobiernos nacionales, la comunidad empresarial subregional y la sociedad civil, de tal modo que se fomente entre los tres el tipo de asociación que resulta esencial para una integración económica exitosa.</p>	<p>Las actividades realizadas en 2007 se centraron en los siguientes aspectos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Conocimiento más profundo de las oportunidades y los obstáculos relativos a la integración económica dentro de la subregión. • Organización de un taller subregional destinado a debatir los resultados obtenidos y a identificar las prioridades de actuación. • Organización de una reunión entre compradores y vendedores sobre uno de los sectores prioritarios clave. • Diseño de un programa de seguimiento a petición de la Secretaría de la CEEAC.
<p>Fomento de las capacidades de información comercial de las IAC para el África Subsahariana.</p> <p>RAF/47/90A Países Bajos</p>	<p>El proyecto se dirige a fomentar las capacidades de gestión de la información de las instituciones de apoyo al comercio en el África Subsahariana.</p> <p>Sus actividades incluyen la definición de métodos y herramientas basados en las nuevas tecnologías para la recopilación, procesamiento y difusión de datos de mercado; el desarrollo de bases de datos de PYME y recursos empresariales; la organización de talleres de información comercial para gestores de información comercial de las IAC y seminarios de concienciación para PYME.</p>	<p>En 2007, el proyecto consiguió lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se crearon sinergias entre el proyecto y el programa de la UE/COI (Comisión del Océano Índico) con el objeto de desarrollar la infraestructura global de tecnologías de la información en la subregión. El ITC se beneficiará del apoyo de la iniciativa de la UE/COI en lo referente a la dotación de equipos de tecnologías de la información a todos los socios de las IAC en los países beneficiarios. El ITC elaboró y facilitó una lista de equipos de tecnologías de la información necesarios con especificaciones técnicas detalladas. • 222 gestores de información de las IAC, miembros de las redes nacionales de información empresarial de Burkina Faso, el Congo, las Comoras, Madagascar y Seychelles recibieron formación y están dispuestos a ejecutar planes empresariales para la gestión de sus servicios de información comercial. • El ITC elaboró una versión bilingüe del paquete de software de gestión de información comercial, la cual se puso a disposición de las IAC que actúan como puntos centrales nacionales en los países de la COI para que puedan crear su propio portal nacional de información empresarial y gestionar las referencias de oportunidades de negocio. • Sirviéndose de la metodología del ITC para la realización de estudios de mercado y sondeos, IAC de países de la COI, concretamente de las Comoras, Madagascar, Mauricio y Seychelles, llevaron a cabo ocho sondeos de suministro y demanda nacional de alimentos y alimentos agrícolas procesados. • Las IAC reunieron y archivaron 148 perfiles de empresas pertenecientes al sector y ubicadas en los países arriba indicados en bases de datos de empresas nacionales, y fueron distribuidos durante una feria de comercio organizada en Mauricio en junio de 2007. • Se presentó un plan de actuación para crear una red nacional de información empresarial en Angola.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Gestión de la información y análisis de mercado para IAC africanas</p> <p>RAF/47/93A Países Bajos</p>	<p>El proyecto pretende fomentar la capacidad de las IAC del África Subsahariana para ofrecer información empresarial y para realizar análisis de mercado y sondeos mejorados, a fin de mejorar sus servicios de información.</p> <p>Las IAC de las regiones CEMAC y UEMAO en particular se beneficiarán del apoyo para el desarrollo de una red de información comercial intrarregional.</p>	<p>Los principales logros registrados en 2007 fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se lanzó una red nacional de información comercial con la participación de ocho importantes IAC. Sus servicios de información se reforzaron durante cursos impartidos de gestión de la información. • Se reforzó el servicio de información del Consejo de Promoción de la Exportación de Ghana a través de la identificación y el suministro de los recursos de información adecuados y de la utilización de un sistema de gestión para ayudar con el registro y la distribución de la información. • La Cámara de Comercio de Malí asumió la gestión del sistema de divulgación de información sobre precios mediante teléfono móvil de dicho país, lanzado dentro del marco del proyecto en 2006, y la Cámara, la Société des nouveaux marchés (un organismo gubernamental francés que facilita información relativa a los precios) y el ITC firmaron un acuerdo de asociación destinado a garantizar una colaboración permanente. • Se reforzó el servicio de información de la Agencia de Desarrollo de Zambia, recientemente creada, por medio de la dotación de recursos de información y formación. • Se fijaron las bases para la creación de una red nacional de información comercial en Angola, planificándose un desarrollo ulterior de la red para 2008. • Se fortaleció la capacidad de gestión de la información de las IAC mediante un programa de formación a medida para cuatro funcionarios de información de Kenya, Uganda y Zambia. • Se mejoró la creación de redes/intercambio de información entre las oficinas del IPEX de Mozambique por medio del despliegue de un sistema de procesamiento de información de dominio público (PMB) en la oficina central del IPEX y en sus dos oficinas regionales, y se impartió formación sobre el mismo. Se facilitó el acceso a datos comerciales y de acceso al mercado a ocho IAC mediante las versiones nacionales de TradeMap y Market Access Map. También está disponible para esos países el Product Map. A partir de 2008, el acceso a estas herramientas será gratuito para todos los países del África Subsahariana. • En Benin, 35 analistas procedentes de IAC regionales y provinciales ampliaron sus conocimientos de análisis de datos comerciales y comprensión de las condiciones de acceso al mercado para llevar a cabo estudios de mercado eficaces. • Se realizaron talleres sobre la elaboración de perfiles de mercado en Ghana, Kenya, Rwanda, Sudáfrica, Uganda y Zambia. • Se adaptó el portal de información Investment Map a las necesidades del África Subsahariana. Una serie de países seleccionados de la región pueden acceder a una página de inicio del CBI personalizada en inglés, francés y español, a través de la siguiente dirección: www.investmentmap.org/cbissa. Dicha página dispone de un sistema automático de registros de cuentas. Se han incorporado datos adicionales de empresas ubicadas en una serie de países seleccionados, los cuales se han difundido a analistas de los 15 países objetivo. • En 2007 se facilitó acceso al portal de Investment Map a IAC de 15 países. El acceso a esta herramienta, a partir de 2008, será gratuito para todos los países del África Subsahariana. • En Botswana, Sudáfrica, Swazilandia y Zambia se impartió orientación introductoria acerca de la selección de las inversiones. Se realizaron actividades de seguimiento de la formación en Kenya y Rwanda. En todos los países, se repitió el programa de un día o una sesión de orientación de seguimiento dos o tres veces para distintas instituciones.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Capacidades consultivas locales para la competitividad de la exportación</p> <p>RAF/47/97A Países Bajos</p>	<p>El ITC ha difundido ampliamente una serie de programas de formación genéricos para capacitar y acreditar a capacitadores y consultores locales para que realicen estudios de diagnóstico de gestión y evalúen las necesidades de recursos de las empresas. Por su parte, el CBI posee excelentes programas de formación específicos para distintos sectores y productos que se centran en la exportación al mercado europeo. En varios países de todo el mundo se ha detectado la necesidad de un programa conjunto basado en los puntos fuertes del CBI y el ITC.</p> <p>Se impartirá formación transversal y de actualización a quienes terminen con éxito los programas del CBI y el ITC para maximizar las sinergias entre los programas de fomento de la capacidad de asesoramiento del CBI y el ITC/la EMDS.</p> <p>Uno de los objetivos del programa es la creación, en una serie de países seleccionados, de equipos nacionales de asociados acreditados por el ITC, asesores en desarrollo de la gestión (ADG) y expertos de desarrollo de la gestión (EDG) que puedan prestar asistencia directa a las empresas para mejorar su competencia en la gestión, la exportación y el comercio electrónico y, de esta manera, mejorar la competitividad de las PYME a escala internacional. El otro objetivo consiste en brindar a los ADG y a los EDG la oportunidad de poner en práctica sus conocimientos reforzados.</p>	<p>Los logros del proyecto en 2007 incluyen los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se impartieron dos tipos de talleres en Etiopía, Kenya, Rwanda y la República Unida de Tanzania sobre principios de la competitividad, aptitudes de diagnóstico, diseño de estrategias y diseño/elaboración de programas. • Se impartió formación sobre los programas y herramientas del ITC/EMD a 100 participantes, incluidos alumnos que han finalizado con éxito los cursos de TTT (Train the trainers, formación de capacitadores) del CBI y asociados del ITC. • Los participantes son capaces de evaluar los problemas a los que han de hacer frente los directivos en relación con la gestión, la exportación y el comercio electrónico. • Los participantes son capaces de diseñar estrategias y planes estratégicos que dotan de mayor competitividad a la empresa. • Los participantes son capaces de diseñar programas eficaces de formación y asesoramiento comercial, ofrecer servicios de consultoría basándose en la metodología del ITC/EMD e impartir formación de capacitadores acreditada por el ITC. • Una serie de empresas seleccionadas han recibido formación oficiosa y asesoramiento comercial, como resultado de lo cual se han realizado auditorías de empresa y planes estratégicos. • Los asesores de supervisión ayudaron a los participantes a cumplir sus labores encomendadas dentro de las empresas, lo que incluía visitas sobre el terreno a dichas empresas.
<p>Noticias sobre mercados y servicios de información en la red para el sector de la agricultura ecológica africano</p> <p>RAF/47/99A Países Bajos</p>	<p>El sector de productos ecológicos brinda a las PYME y a las IAC del África Subsahariana la oportunidad de acceder a los mercados y agregar valor a través del procesamiento y la certificación. No obstante, muchas empresas carecen de conocimientos relacionados con nuevas oportunidades de mercado, normas de producción y requisitos de certificación. Actualmente es posible acceder a estos conocimientos por un precio reducido a través de Internet. Además, la Web brinda a las empresas la oportunidad de incrementar su visibilidad en el mercado global de una forma espectacular. Los objetivos pueden definirse de la siguiente manera:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formar a los exportadores y a las IAC en la publicación de información organizativa y empresarial en Web por un precio reducido; • Facilitar el acceso a la información relativa a las empresas africanas a través del sitio Organic Link dependiente del portal ITC Organics; • Proporcionar a las empresas y a las IAC información de mercado sobre el sector de los productos ecológicos a un precio reducido. 	<p>Los principales logros alcanzados en 2007 incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejora de las páginas web de las IAC proporcionando, entre otras cosas, directorios de empresas de consulta sencilla. • Publicación de un nuevo Servicio de Noticias sobre Mercados de productos ecológicos cada dos meses, enfocado a una serie de productos seleccionados (instantáneas de productos), que incluye noticias sectoriales. Este Servicio se distribuye electrónicamente y de forma gratuita por medio del portal Organic Link; se facilitan copias impresas a las IAC, a una serie de PYME seleccionadas y a otras partes interesadas. • Ampliación de los contenidos de Organic Link para incluir información más exhaustiva sobre mercados para los productos africanos, información de contacto de PYME africanas y enlaces de IAC. Los contenidos del portal se traducen al francés para facilitar su utilización en los países francófonos.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
	<p>Actividades principales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se facilitará un Servicio de Noticias sobre Mercado cada dos meses sobre productos ecológicos y de comercio equitativo a las IAC y PYME africanas y a otras partes interesadas. • Se mejorará el acceso a la información a través del portal de productos Organic Link. • Se crearán páginas web para las IAC pertenecientes al sector de los productos ecológicos en Kenya, Uganda y la República Unida de Tanzania. 	
<p>Plataforma de información para los sectores artesanal y del diseño en el África francófona</p> <p>RAF/47/100A Países Bajos</p>	<p>Objetivos del proyecto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo y lanzamiento de una plataforma de información en lengua francesa con información sectorial nacional específica de cuya recopilación y mantenimiento se encargarán las organizaciones asociadas nacionales. La plataforma está inspirada en los portales de información empresarial UEMAO/CEMAC, pero se centra en el sector artesanal. La información es completamente intercambiable. Se basa en la iniciativa SIRA de la UEMAO. • El desarrollo de una página web con WIKI en lengua francesa que ofrezca información sectorial específica relativa al mercado y al desarrollo de productos. 	<p>En 2007 se obtuvieron los siguientes logros:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se creó una base de datos sobre contactos e instituciones sectoriales relevantes en África Occidental (organismos de promoción sectorial, empresas exportadoras, proyectos, productores, ONG) y se seleccionaron instituciones asociadas en seis países. Durante un taller celebrado en Senegal en octubre de 2007, los asociados revisaron las configuraciones institucionales y los aspectos cuantitativos y cualitativos de los datos disponibles a escala nacional, y recibieron formación práctica sobre la plataforma de información comercial desarrollada por la TIS del ITC. Se inició el trabajo de recopilación de información para las páginas web nacionales en los seis países. • Teniendo en consideración los resultados del proyecto RAF/47/96 (que determinó la falta de viabilidad de una plataforma de intercambio de diseño y desarrollo de productos con universidades/escuelas francesas de diseño), se desarrollaron los requisitos de una plataforma participativa (con wiki) de información sectorial. Su propósito es facilitar el intercambio directo de información y la obtención de una “biblioteca” de módulos operativos de diseño, desarrollo de productos y marketing. El concepto lo crearon conjuntamente las “audiencias objetivo” de asociaciones (instruidas) locales de comercio equitativo, ONG, intermediarios comerciales y diseñadores tras la confirmación de que en Francia no existe ninguna plataforma similar.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
PAÍSES ÁRABES: Proyectos nacionales		
<p>Djibouti</p> <p>Proyecto de apoyo para ampliar las capacidades de MCIA, CCD y ANPI.</p> <p>DJI/04/621A</p> <p>PNUD</p>	<p>El proyecto busca promover las capacidades del Gobierno y del sector privado de Djibouti para integrar la dimensión del comercio externo en la planificación del desarrollo del país. Se centra en la mejora de las competencias de las instituciones cuya función resulte esencial para el proceso de integración:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ministerio de Comercio, Industria y Artesanía, • Agencia Nacional de Promoción de la Inversión, • Cámara de Comercio de Djibouti. 	<p>El proyecto llevó a cabo un diagnóstico y una evaluación de la capacidad del Ministerio de Comercio e Industria, la Cámara de Comercio y la agencia de promoción de la inversión y formuló recomendaciones para la mejora de sus funciones. También ayudó a ampliar su capacidad para dar respuesta a sus necesidades y lograr sus misiones. Los consultores internacionales que trabajaron con los expertos locales formularon recomendaciones constructivas destinadas a mejorar el funcionamiento de las instituciones comerciales.</p> <p>A través de proyecto, personal de las instituciones y representantes del sector privado recibieron formación sobre el valor estratégico de la información comercial, los aspectos básicos del comercio internacional y la obtención de inversiones internacionales.</p> <p>Además el proyecto registró los siguientes resultados: creación de la Unidad de Coordinación del MI, y apoyo a la misma; suministro de herramientas de análisis de mercados y otras herramientas del ITC que ayudaron a las instituciones a mejorar sus conocimientos del comercio internacional y sus retos; desarrollo de asociaciones con instituciones similares en Burkina Faso, Francia, Túnez y los Emiratos Árabes Unidos (Dubai) para el intercambio de información, experiencias y buenas prácticas; mejor apreciación del proceso del Marco Integrado e identificación y formulación de ideas de proyectos.</p> <p>En 2008, se utilizará una pequeña parte de los ahorros de 2007 para seguir apoyando a la Unidad de Coordinación del MI.</p>
<p>Djibouti</p> <p>Proyecto de apoyo al desarrollo del sector del turismo.</p> <p>DJI/05/620A</p> <p>PNUD</p>	<p>Este proyecto quiere contribuir al desarrollo económico de Djibouti mediante la promoción del sector del turismo, que ha sido calificado como sector clave para el desarrollo económico del país. El proyecto pondrá en marcha medidas destinadas a promocionar en el extranjero el atractivo turístico de Djibouti y a fomentar la formación profesional en el sector turístico.</p>	<p>El proyecto contribuyó al desarrollo del sector y mejoró las capacidades de las instituciones concernientes gracias a la obtención de los siguientes resultados: actualización de la estrategia nacional para el turismo y formulación de un plan de acción a medio plazo; formulación de recomendaciones sobre formación en materia de servicios relacionados con el turismo; inicio de asociaciones estratégicas con empresas aéreas e instituciones similares (regionales e internacionales); formación en materia de buceo y acreditación de un grupo de candidatos; explicación del impacto positivo del turismo a la población local de la ciudad de Djibouti y de las zonas rurales; facilitación de equipos, apoyo, materiales promocionales y apoyo logístico y mejora de las capacidades de la <i>Office national du tourisme</i> (oficina nacional de turismo) de Djibouti (ONTD).</p> <p>En 2008, se utilizará una pequeña parte de los ahorros de 2007 para seguir apoyando a la ONTD y para asegurar la sostenibilidad de los resultados arriba indicados.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Egipto</p> <p>Centro Egipcio de Marketing</p> <p>EGY/66/01A</p> <p>Egipto</p>	<p>Este proyecto está enfocado a la creación de capacidades para el Centro Egipcio de Formación para el Comercio Exterior (CEFCE) mediante la fundación de un Centro Egipcio de Marketing (CEM/CEFCE), dentro del organigrama del CEFCE, para atender a las necesidades del Fondo Social de Desarrollo (FSD) a la hora de prestar asistencia a las PYME para mejorar su competitividad internacional.</p> <p>El ITC ayudará a que el CEFCE mejore sus competencias de diseño, desarrollo, prestación y gestión de formación y asesoramiento a las PYME. En concreto, el CEM/CEFCE podrá resolver problemas de las empresas en cuanto a 1) comercialización y 2) la cadena de suministro, y también problemas de gestión relativos al 3) diseño de estrategias competitivas y el uso de recursos, en especial la información comercial y los análisis de mercado.</p> <p>A tal fin, el ITC proporcionará sus herramientas, materiales y métodos para fomentar la competitividad de las empresas, certificar la cualificación de los participantes, así como de los programas y cursos desarrollados dentro del proyecto, y acogerá al CEM/CEFCE como miembro de la red de instituciones del ITC.</p>	<p>Las actividades se centraron en cinco talleres en los que se utilizó el plan de estudios de Asesores Comerciales Acreditados. De los 32 participantes en el programa, 15 fueron acreditados como expertos, 11 como asesores y 6 como asociados. Se trata de un resultado excepcional debido, en parte, a la selección inicial de los participantes, la dedicación del equipo del ITC y, lo que es más importante, el compromiso demostrado por los participantes durante dos años.</p> <p>El programa está entrando en su fase final y concluirá en junio de 2008. Los materiales de formación sobre el tema de la estrategia se están elaborando actualmente y serán traducidos al árabe y puestos en práctica en las PYME en los próximos seis meses. Estos módulos se diseñarán de modo que puedan ser adaptados a sectores específicos. El CBI de los Países Bajos hará un mayor uso del valor de la intervención del ITC, pues utilizará la red de capacitadores formados para elaborar programas sectoriales específicos en Egipto.</p> <p>Como resultado de la satisfacción demostrada por los socios con respecto al proyecto original, se pidió al consultor principal del ITC, que se formó en Turquía, que impartiera un segundo taller de una semana de duración en diciembre de 2007 con el objeto de acreditar a 30 participantes egipcios procedentes de un amplio abanico de organismos de desarrollo empresarial. Esta iniciativa fue financiada a través del programa del COPCA de la Unión Europea, lo que pone de manifiesto la idoneidad del enfoque del ITC, pues ya hay otros donantes a los que les gustaría invertir en los capacitadores expertos acreditados por el ITC y, asimismo, constituye una clara prueba de las ventajas de la cooperación Sur-Sur.</p>
<p>República Árabe Siria</p> <p>Fomentar una capacidad de asesoramiento y formación sostenible para mejorar las exportaciones de las PYME</p> <p>SYR/84/01A</p> <p>Centro Sirio de Negocios y Empresa</p>	<p>El proyecto se compone de tres elementos: Programa de Asesores Comerciales Acreditados, Servicios de Información Comercial y Herramientas de Análisis de Mercado. El proyecto organizará tres talleres a partir del programa de desarrollo de gestión empresarial que serán impartidos en la República Árabe Siria por la EMDS, y un taller sobre servicios de información comercial que será impartido por la TIS en Suiza y en el Reino Unido. Asimismo, el Centro Sirio de Negocios y Empresa (SEBC) podrá acceder a las herramientas de análisis de mercados desarrolladas por la MAS.</p> <p>Los objetivos del proyecto son los siguientes: actualizar las capacidades del personal del SEBC y de los consultores afiliados relativas al diagnóstico de puntos débiles y el diseño de soluciones de asesoramiento y formación en materia de exportación sostenible dirigidas a los directores de las PYME; prestar asistencia directa a una serie de PYME sirias seleccionadas para que mejoren sus estrategias empresariales de exportación y las soluciones de intermediarios disponibles dentro de la red de apoyo empresarial; incrementar las aptitudes de gestión de la información de los funcionarios de información y los gestores de información de las IAC; facilitar el acceso en línea al SEBC a datos sobre comercio, tarifas e IED para realizar análisis de mercados de modo que pueda prestar asistencia a las empresas privadas de los países en desarrollo. La contribución acordada para el SEBC asciende a \$EE.UU. 126.000.</p>	<p>Los logros del proyecto en 2007 incluyen los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El primer taller del programa de EMD concluyó en diciembre de 2007. El SEBC seleccionó los participantes y las empresas de conformidad con las directrices del ITC. • Los participantes recibieron formación sobre el sistema de gestión empresarial. Este componente del taller de formación está diseñado para ayudar a los participantes a integrar las competencias de exportación y gestión y a diseñar soluciones para los problemas. • Los participantes recibieron formación sobre el uso de Snapshot, una herramienta de apoyo a las decisiones desarrollada para medir el grado de consecución de los objetivos empresariales y determinar si la empresa se está gestionando correctamente y de manera eficiente. • Los participantes realizaron trabajos de campo bajo la supervisión de un consultor internacional procedente de la red de EMDS. Durante dicho trabajo de campo se elaboró un informe de diagnóstico basado en una PYME real y aplicando las metodologías aprendidas durante el taller. <p>Se ha proporcionado acceso al SEBC a Trade Map, Investment Map y Product Map. Expertos del SEBC asistieron a los talleres de la TIS de Ginebra y Londres.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
Túnez Financiación mediterránea para el comercio-refuerzo de capacidades INT/37/18B Italia	Para ayudar en la creación de PYME en Túnez, el proyecto está desarrollando una versión de la aplicación LoanCom adaptada a las necesidades específicas de BFPME, un banco tunecino que constituye la mayor fuente de apoyo financiero para las PYME. La herramienta LoanCom proporciona a las instituciones financieras la capacidad de tomar en consideración las competencias de gestión como una forma de garantía adicional. Para cuando concluya el proyecto en junio de 2008, se habrán analizado entre 50 y 60 PYME nuevas con esta metodología.	En 2007, la actividad principal del proyecto consistió en coordinarse con BFPME para recopilar información sobre sus modalidades de crédito y sus normas y procedimientos, preparando el terreno para la adaptación del software prevista para comienzos de 2008.
Yemen Supervisión del STDF* 69: mejora de la calidad y la seguridad del marisco yemenita. YEM/98/01A Organización Mundial del Comercio (OMC)	El proyecto, que está siendo ejecutado por la Asociación Yemenita de Exportadores de Marisco (AYEPM) y supervisado por el ITC, tiene por objeto desarrollar la capacidad de sus miembros para satisfacer los requisitos comerciales de las medidas MSF y mejorar así la calidad y la seguridad del marisco procedente del Yemen. El proyecto cuenta con tres componentes principales: <ul style="list-style-type: none"> • Mejora de la calidad y la seguridad de los productos; • Reducción de las barreras MFS de acceso al mercado; • Desarrollo de la capacidad de la AYEPM. 	El ITC supervisa la ejecución del proyecto desde septiembre de 2007. Su relación con el organismo ejecutor, la AYEPM, se vio reforzada tras la primera misión de ITC en Yemen que tuvo lugar en octubre de 2007. La elaboración del plan de ejecución del proyecto estaba a punto de concluir a finales del año (básicamente se acababa de crear el equipo del proyecto -por ejemplo, el gestor del proyecto, consultores nacionales e internacionales- y se habían redactado los procedimientos administrativos para la contratación de consultores y los viajes). * STDF: Servicio de Elaboración de Normas y Fomento del Comercio.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
ASIA Y EL PACÍFICO: proyectos nacionales		
<p>Bangladesh</p> <p>Centro de Servicios al Desarrollo de la Exportación del Cuero de Bangladesh</p> <p>BGD/37/17A</p> <p>Italia</p>	<p>El proyecto se concibió de acuerdo con las prioridades del Gobierno de Bangladesh para el desarrollo del comercio. Tiene sus orígenes en la Mesa Redonda sobre el Marco Integrado, donde se destacó el desarrollo de las exportaciones del sector del cuero como un factor estratégico para la reducción de la peligrosa dependencia de la economía nacional en la industria de la confección.</p> <p>El objetivo general del proyecto es incrementar las exportaciones de productos de cuero, contribuyendo así a una diversificación sostenible de las exportaciones y a la generación de empleo mediante el desarrollo de la capacidad relacionada con el comercio.</p> <p>La piedra angular del proyecto es la creación de un Centro de Servicios al Cuero de Bangladesh para el sector, centrado sobre todo en los productos de valor añadido, como el calzado y los artículos de cuero. El Centro, bajo los auspicios del Consejo para la Promoción del Negocio en el Sector del Cuero (LSBPC), tendrá una orientación comercial para garantizar su propia supervivencia.</p> <p>Acogerá varios grupos de actividad relacionados entre sí, a saber: diseño y desarrollo de productos, formación, certificación y pruebas de calidad, información de mercado, promoción internacional y creación de asociaciones, así como orientación financiera. Pondrá en práctica actividades piloto de comercialización dirigidas a fomentar las asociaciones de productores de Bangladesh con compradores y distribuidores de otros países.</p> <p>Se espera que las PYME exportadoras beneficiadas amplíen su cuota en sus actuales mercados y que penetren en otros nuevos. Es objetivo del proyecto también es ayudar de forma gradual a los pequeños productores para que ellos mismos vayan exportando directamente.</p>	<p>El proyecto avanzó desde la integración de todos los componentes técnicos hasta la creación del un Centro de Servicios al Cuero de Bangladesh, determinándose su personal y lugares de trabajo. El programa de formación de capacitadores en diseño y producción de calzado constituyó uno de los ejes principales a lo largo de todo el año.</p> <p>Los cursos contaron con la asistencia de 121 participantes aproximadamente, 69 de los cuales procedían del sector. La demanda de formación por parte de este sector empresarial fue muy superior a la capacidad de absorción de los cursos, por lo que se impartirá formación adicional en 2008.</p> <p>Los beneficios derivados de la asistencia del sector empresarial generaron ingresos para el Centro, lo que constituye un primer paso hacia el objetivo de la sostenibilidad. El Gobierno de Bangladesh y los bancos comerciales acordaron brindar su pleno apoyo a la creación de una línea de crédito específica para las microempresas y las pequeñas empresas. Se calcula que el número de artesanos es superior a 15.000.</p> <p>La Fundación Abdel Monem, con el asesoramiento del Presidente del Foro de Desarrollo Crediticio (al que está afiliado el Grameen Bank, además de otras 1.500 instituciones de microfinanciación), está financiando un estudio de referencia de los grupos de artesanos a fin de determinar las necesidades y requisitos de servicio con vistas a facilitar su acceso a los créditos. Se establecieron sinergias con un proyecto de la GTZ.</p> <p>Se avanzó en el proceso de obtención de acreditación internacional para los laboratorios de pruebas de calidad y se impartió formación sobre sistemas de gestión de la calidad y sobre varios aspectos relativos a la acreditación de laboratorios. El Centro prestó apoyo técnico para el diseño y la creación de prototipos de artículos de cuero por parte de microempresas y pequeñas empresas seleccionadas para una feria de compradores que tendrá lugar en Dhaka en febrero de 2008. Se trata del primer paso del largo proceso de creación de colecciones de productos que se presentarán en exposiciones internacionales para los fines de desarrollo de negocios y promoción de la imagen de los productos de Bangladesh.</p>
<p>Bangladesh</p> <p>Programa de fomento de la calidad en Bangladesh</p> <p>BGD/75/21A</p> <p>Comisión Europea</p>	<p>El proyecto se propone mejorar la comprensión del sector privado de los requerimientos de calidad y de embalaje de los mercados de exportación, así como a aplicar el concepto de cadena de valor a fin de mejorar la competitividad de las PYME en mercados potenciales seleccionados (incluido el desarrollo de estrategias sectoriales).</p> <p>Son partes del proyecto el Ministerio de Comercio, el Consejo de Promoción de la Exportación, las Cámaras de Comercio e Industria y asociaciones relevantes del sector privado.</p>	<p>Los principales logros alcanzados en 2007 incluyen los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se mejoró la habilidad del sector empresarial para aprovechar los acuerdos de la OMC sobre OTC y MSF con el objeto de mantener y mejorar el acceso al mercado: <ul style="list-style-type: none"> – Taller de formación de capacitadores sobre “El acuerdo sobre MSF de la OMC: una perspectiva empresarial”, Bangladesh, noviembre 2007. El taller pretendía facilitar la dotación de información a las entidades empresariales y al Gobierno sobre las medidas adoptadas por los miembros de la OMC para promocionar el comercio mediante la prohibición de la aplicación de medidas sanitarias y fitosanitarias (MSF) arbitrarias o injustificadas como obstáculos técnicos al comercio.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
		<ul style="list-style-type: none"> - Talleres de formación de capacitadores sobre OTC y desarrollo de la capacidad de difusión de información al sector privado de los puntos de consulta sobre OTC. El taller sobre OTC se diseñó con el objeto de informar a las entidades empresariales y al sector público de las medidas adoptadas por los miembros de la OMC para alentar un comercio libre y equitativo a escala internacional y minimizar la aplicación de reglamentos técnicos susceptibles de convertirse en obstáculos al comercio. Los capacitadores formados impartirían posteriormente talleres similares destinados a otros grupos de todo el país en función de la demanda utilizando el material de formación adaptado a las necesidades de Bangladesh. • Proyectos de mejora empresarial a escala de las empresas. En Dhaka se llevó a cabo una misión de preparación para actividades de aprendizaje mediante el acercamiento que se realizarán en mayo de 2008 en una serie de empresas seleccionadas procedentes del sector agroalimentario. Se visitaron cuatro empresas y gracias a los debates surgidos se alcanzó un mayor entendimiento del contexto empresarial global y los directores gerentes de dichas empresas validaron algunos temas técnicos. Estos temas originaron la redacción de material pedagógico que aborda (entre otros) temas como ventas y marketing, gestión del flujo de materiales y gestión de logística de entrada y salida. • Estrategias de desarrollo de estrategias. Tras la finalización y validación de las estrategias de desarrollo sectorial para los sectores de la horticultura y de la transformación de productos agrícolas, se iniciaron nuevas intervenciones estrategias de desarrollo sectorial en los siguientes ámbitos: <ul style="list-style-type: none"> - Hierbas, medicamentos a base de plantas e ingredientes naturales (HMIN); - Ingeniería ligera (principalmente equipos de vacío de productos alimenticios y agrícolas); - Servicios con TIC (ITES). • Aumento de la concienciación sobre los requisitos de envasado: <ul style="list-style-type: none"> - Se creó el comité de trabajo de envasado de Bangladesh con la participación del sector empresarial, la Oficina de Promoción de las Exportaciones y el ITC. - Se firmó un memorando de entendimiento con la BCCAMEA (Asociación de Exportadores y Fabricantes de Cartón Corrugado y Accesorios de Bangladesh) sobre la prestación de apoyo al ITC en materia de investigación y sobre la organización de seminarios sobre devoluciones. - Se realizaron más de 100 entrevistas con proveedores y usuarios de material de envasado.
<p>Bhután</p> <p>Proyecto CE-Bhután de desarrollo de la capacidad comercial</p> <p>BHU/75/22A Comisión Europea</p>	<p>El Proyecto de Desarrollo de la Capacidad Comercial de Bhután se dirige al desarrollo del sector privado y a aspectos de creación de capacidad que afectan al potencial de exportación de las empresas bhutanesas. Teniendo en cuenta la particular estructura de las empresas de Bhután, las actividades del proyecto se centrarán inicialmente en las evaluaciones de mercado y de suministro, que se completarán con formación y asistencia técnica directa en asuntos de desarrollo del sector relativos a los textiles, las especias y el agua embotellada.</p>	<p>En 2007 se obtuvieron los siguientes logros:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se concienció a los miembros de la red de apoyo al comercio de sus activos y capacidades para la prestación de servicios a las PYME; se constituyeron formalmente la Oficina de Desarrollo del Comercio (ODC) y la red de apoyo al comercio con una orientación clara sobre las funciones de los miembros de la red. • El equipo de dirección de la ODC elaboró un plan empresarial a tres años, en cooperación con expertos del ITC, que incluye indicadores clave del rendimiento, objetivos relacionados con la prestación de servicios y viabilidad financiera.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
		<ul style="list-style-type: none"> • Se habilitó el Centro de Documentación de la ODC para que pudiera facilitar información de utilidad al sector privado. • Se adaptaron y pusieron en marcha al menos dos herramientas, productos o servicios del ITC, para su utilización dentro de la ODC o de su red de asociados. • Se estableció un mecanismo de recopilación y difusión de información comercial en la ODC y la red ampliada de apoyo al comercio. • Entre 25 y 35 personas recibieron formación sobre la función de la red de apoyo al comercio y sus funciones individuales e institucionales dentro de la misma. • 20 asesores comerciales de los sectores seleccionados (especias, artesanía y textiles) recibieron formación. • Se llevaron a cabo evaluaciones de 40 empresas (incluidas empresas productoras y exportadoras) pertenecientes a sectores de productos seleccionados (especias, agua mineral, artesanía y textiles). • Se adaptaron y elaboraron materiales de formación del ITC para cuatro sectores utilizando casos prácticos locales. • Se concienció a un mínimo de 70 exportadores actuales y potenciales de Bhután sobre requisitos en materia de exportación por medio de formación y asesoramiento técnico; ahora, estos exportadores pueden acceder a información precisa y relevante sobre exportación. • Se publicaron dos encuestas sectoriales que se difundieron a las PYME y a las partes interesadas bhutanesas. • Se elaboraron estrategias de marketing para una serie de sectores seleccionados. • Se elaboró un folleto técnico y promocional para el sector agroalimentario (especias y agua mineral). • Se presentaron doce empresas a compradores internacionales en ferias de comercio internacionales y/o misiones comerciales.
<p>Camboya</p> <p>Asistencia relacionada con el comercio para el desarrollo y la equidad (TRADE). CMB/06/690A PNUD</p>	<p>El ITC colabora en la actualización del EDIC (estudio de diagnóstico de la integración del comercio) en Camboya. Su contribución consiste en evaluar el potencial de exportación de 19 sectores de productos y servicios. En el análisis también se identifican mercados atractivos para la diversificación de la exportación.</p>	<p>El informe definitivo sobre la evaluación del potencial de exportación de Camboya se publicó y se presentó en diciembre de 2007 durante el lanzamiento oficial de la estrategia de exportación de Camboya. La contribución del ITC fue adquiriendo mayor importancia conforme se avanzaba en la actualización del EDIC, y se convirtió en un elemento central del informe oficial, siendo tres los capítulos facilitados por el ITC, en vez de uno, que era lo que se había previsto inicialmente. Los funcionarios de Camboya y otros funcionarios invitados procedentes de Nepal y Mongolia hicieron comentarios muy positivos: los gobiernos de estos países manifestaron su interés por una evaluación del potencial de exportación para próximas actividades de EDIC.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
Camboya Proyecto para el sector de la seda de Camboya CMB/49/03A Nueva Zelandia	<p>En 2005 se elaboró una estrategia exhaustiva para el sector de la seda dentro de un enfoque ascendente en el que participaron todas las partes interesadas importantes del sector, desde los productores de sericultura hasta tejedores, diseñadores y comerciantes. La estrategia se elaboró gracias al ITC y NZAID, en colaboración con el MPDF y el PNUD.</p> <p>La misión de la estrategia consiste en “crear un sector de la seda bien organizado y competitivo que pueda generar ingresos y empleo para reducir la pobreza en todas las partes interesadas a lo largo de toda la cadena de suministro”. Aborda las necesidades de la industria de la seda camboyana y las limitaciones para su desarrollo, así como la capacitación de los productores, principalmente mujeres.</p>	<p>El proyecto se lanzó en el cuarto trimestre de 2007, siendo sus principales resultados los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación y creación de la Unidad de Coordinación del Proyecto; • Identificación de consultores nacionales; • Selección de comunidades piloto; • Recaudación de fondos con más donantes.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>China</p> <p>Fomento de las exportaciones tibetanas de alfombras tejidas a mano</p> <p>CPR/A1/01A</p> <p>Fondo Fiduciario para Asia</p>	<p>El proyecto pretende desarrollar el mercado de exportación para las alfombras tejidas a mano del Tíbet. Prestará asesoramiento y apoyo al desarrollo del producto, la adaptación y el marketing, tanto en el ámbito empresarial como a los responsables políticos y a las organizaciones de apoyo al sector.</p> <p>A largo plazo, el proyecto contribuirá a generar empleo para los pobres del Tíbet y a desarrollar su economía, preservando y promoviendo a la vez la artesanía local.</p>	<p>Los principales logros alcanzados en 2007 incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sobre la base de la evaluación del sector, el proyecto formuló una serie de recomendaciones de acciones de apoyo al desarrollo del sector; éstas se presentaron y se debatieron con las partes interesadas más importantes, entre ellas, el Departamento de Comercio de la Región Autónoma del Tíbet (RAT DC), productores y organismos relevantes. Además, se elaboró un informe en el cual se evaluaron los pros y los contras de la introducción de una indicación geográfica (IG) en las alfombras tejidas a mano del Tíbet, y se debatieron los conceptos con las partes interesadas clave. La propuesta recibió comentarios positivos y en la reunión de revisión tripartita celebrada en junio de 2007, el RAT DC y el CCPIT (Consejo Chino para la Promoción del Comercio Internacional) manifestaron su intención de aplicar las sugerencias. La AQSIQ (Administración General de Supervisión de la Calidad, Inspección y Cuarentena), el organismo encargado de la IG, está trabajando en la introducción de una IG. • Aproximadamente 130 personas procedentes del sector privado, organismos gubernamentales y ONG de las tres regiones recibieron información sobre los requisitos y las tendencias del mercado internacional. Se recopiló información sobre la percepción actual de los importadores sobre las alfombras del Tíbet y sobre la demanda de las mismas, y también sobre los perfiles de los importadores. Dicha información se tradujo para las empresas del sector. Aproximadamente el 90% de las empresas de alfombras existentes, así como las plantas de lavado de lana, recibieron comentarios individuales sobre sus productos procedentes de un experto internacional de producción y mercados. Representantes de las empresas se reunieron con los participantes de una misión de compradores organizada por el proyecto. Compradores internacionales formularon tres propuestas empresariales concretas de inversión en el sector que superaban los \$EE.UU. 200.000. • El proyecto formó a 65 individuos procedentes de empresas de tejido de alfombras del Tíbet en tres áreas técnicas: acabado de las alfombras (55% mujeres), control de calidad (40% mujeres) y lavado de alfombras (0% mujeres; el lavado de alfombras es una labor física muy dura). El RAT DC informó de que las empresas quedaron muy satisfechas con la formación recibida y con la misión de los compradores; esta opinión fue reiterada por el personal de las fábricas visitadas después de la formación.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Corea, República Popular Democrática de</p> <p>Creación de capacidad de acceso al mercado de la exportación</p> <p>DRK/A1/01A Fondo Fiduciario para Asia</p>	<p>Para poder desarrollar la economía nacional e incrementar el nivel de vida en un momento de dificultad económica y balanza exterior en retroceso, el Gobierno norcoreano ha promulgado una primera política de comercio exterior y ha tomado medidas para diversificar y multilateralizar el comercio exterior. Sin embargo, debido a la falta de conocimiento de los mercados internacionales y a la incapacidad de las instituciones de prestar servicios de desarrollo a la exportación, no se ha materializado el crecimiento de estas operaciones.</p> <p>Este proyecto responde a la necesidad urgente de abrir los mercados internacionales a los productos norcoreanos, mediante la formación práctica y el aprendizaje mediante el acercamiento, con el fin de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mejorar la capacidad de evaluar las áreas económicas con potencial para el comercio exterior y para la inversión extranjera; • Mejorar la capacidad de identificar los mercados potenciales para la exportación de los productos norcoreanos; y • Mejorar la capacidad de mercado y de comunicación de la oferta de Corea del Norte a potenciales compradores e inversores extranjeros. 	<p>Se han logrado todos los objetivos. Tras asistir a los talleres de formación, los participantes han mejorado sus conocimientos de: comercio internacional y acuerdos comerciales; competitividad internacional de las empresas; identificación de las necesidades de las empresas –diagnóstico, diseño de una oferta de servicios de asistencia a los directores de exportación; diseño de una estrategia internacional para las empresas; identificación y verificación de mercados potenciales de exportación; análisis de sectores potenciales de exportación y mejora de los mismos; normas y requisitos internacionales de calidad; el ciclo comercial internacional; comunicaciones con compradores potenciales en mercados de exportación; realización de transacciones de ventas internacionales; requisitos de mercado (concretamente los requisitos del mercado europeo relativos a los productos alimentarios); y atracción de inversión extranjera directa. Estas capacidades se han adquirido de un modo razonable hasta el punto de poder ser aplicadas de forma útil por la Cámara de Comercio y los funcionarios de comercio.</p> <p>Se han mejorado los conocimientos de los mercados internacionales. La Cámara de Comercio ha elaborado un plan de acción relativo a los servicios que va a ofrecer; fue una tarea laboriosa para la que se precisó ayuda y motivación, y cabría mejorar dicho plan, todo ello debido a la ausencia prolongada del Director de los Servicios de los Miembros encargado de redactar el plan. Se realizaron ejercicios prácticos sobre el potencial de exportación de sectores/empresas, sobre las comunicaciones con compradores e inversores extranjeros y sobre el potencial de marketing de los productos destinados a la exportación. Dichos ejercicios podrían contar con una mayor participación y podrían ser mejorados. Se ha mejorado la capacidad de diseño y prestación de una oferta de servicios o un programa de asistencia de la Cámara de Comercio: se ha elaborado un plan sobre estos aspectos.</p> <p>Muchos de los asistentes a los talleres coinciden en que el programa es interesante y útil, pero echaron de menos información y charlas más estrechamente relacionadas con sus propias empresas. Esto, obviamente, no era el propósito del programa, pero aporta validez a la recomendación formulada por el ITC de que cualquier programa posterior debería contemplar intervenciones sectoriales en el ámbito de las corporaciones comerciales.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>India</p> <p>Formación en factores competitivos clave en 5 áreas de producción textil en la India</p> <p>IND/A1/01A</p> <p>Fondo Fiduciario para Asia</p>	<p>El objetivo de este proyecto es crear, en las empresas de T&C (textiles y confección) productoras participantes de las áreas elegidas de Delhi, Jaipur, Mumbai, Bangalore y Tirupur, la concienciación y los conocimientos necesarios sobre la importancia de adoptar una concepción de cadena de valor en todas las operaciones comerciales relacionadas con la exportación, incluidos marketing, producción, compras, logística y aplicaciones informáticas utilizadas en el sector de T&C. También se pretende desarrollar las aptitudes conexas.</p> <p>El proyecto afrontará problemas prioritarios de la industria de la confección en la India, tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La falta de conocimientos suficientes sobre factores determinantes de la competitividad (ausencia de concepción de cadena de valor en las operaciones); • La falta de aptitudes de adquisición de tela y ribetes para poder ser proveedores generales; • La falta de conocimientos sobre los cambiantes mercados mundiales y la ausencia de aptitudes y conceptos de desarrollo de producto y de mercado. • Conocimientos insuficientes de comercio electrónico en las empresas de T&C. <p>El proyecto organizará talleres y actos de formación destinados a la consecución de sus objetivos.</p>	<p>En 2007, el aumento de la capacidad nacional puede ser considerado como un logro clave. Los talleres de formación avanzada de dos días de duración en las cinco áreas, celebrados entre el 3 y el 9 de enero y el 6 y el 9 de febrero de 2007, han sido elogiados por el Consejo de Promoción de la Exportación de Prendas de Vestir (AEPC), las PYME participantes y CEO de grandes empresas. “Los seminarios han sido extremadamente útiles para las pequeñas y medianas empresas situadas en las áreas de Mumbai, Tirupur, Bangalore, Delhi y Jaipur”, declaró K. K. Jalan, Secretario General del AEPC. “El programa, diseñado para el fomento de la capacidad y el incremento de la base de conocimientos en materia de compras de materiales y diseño y desarrollo de productos ha sido bien recibido por dichas PYME. El programa también ha sido valorado por directores generales de grandes empresas”. El proyecto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se impartió formación a 75 empresas por grupos en el concepto de la cadena de valor, compras, aplicaciones informáticas y marketing. • Se crearon tres cursos de formación sobre diseño y desarrollo de productos y se desarrollaron aplicaciones informáticas para los fabricantes de prendas de vestir. Los miembros del AEPC utilizarán los cursos, de forma sostenible, como resultado de la participación dinámica del Instituto Nacional de Tecnología de la Moda (NIFT) de Nueva Delhi, y de su apoyo al programa. • Fomentó la capacidad del AEPC de continuar con talleres similares en otras áreas sin la participación directa del ITC. Se programaron más de 40 talleres adicionales para 2007. El AEPC seguirá colaborando con asociaciones de las distintas áreas para abordar las mismas cuestiones y ayudará a sus miembros con una formación de seguimiento más detallada sobre los ámbitos prioritarios identificados. • Fomentó la capacidad del AEPC de convertirse en un proveedor de servicios integrales para sus miembros (aproximadamente 6.000 fabricantes de prendas de vestir procedentes de toda la India). Tras la retirada progresiva de las cuotas, el AEPC decidió dejar de centrarse en la administración de las cuotas para comenzar a abordar la prestación de ayuda a sus miembros en lo referente al aumento de la competitividad. Este proyecto ayudó a perfilar este enfoque y ha permitido al AEPC ofrecer soluciones conexas.
<p>India</p> <p>Creación de competencias para financiar a las PYME</p> <p>IND/A1/01B</p> <p>Fondo Fiduciario para Asia</p>	<p>El objetivo general del proyecto es contribuir a los esfuerzos del Gobierno de la India por crear PYME y fomentar su crecimiento fortaleciendo su competitividad internacional.</p> <p>En concreto, el proyecto pretende desarrollar y probar una metodología para aumentar las posibilidades de las PYME de obtener financiación de las entidades financieras (EF). La metodología permitirá a las EF evaluar la estrategia empresarial de las PYME y sus necesidades de recursos con mayor precisión.</p>	<p>En 2007, el principal resultado del proyecto fue la facilitación de acceso a la financiación a aproximadamente 50 PYME de varias regiones de la India. Estas PYME están situadas en zonas empobrecidas y han contribuido a la creación de empleo en sus respectivas comunidades. Otro resultado obtenido fue el desarrollo y la validación de una aplicación de software (LoanCom) que permite que las competencias de gestión sean consideradas como una forma de garantía adicional a la vez que se mitiga el riesgo de préstamo a las PYME por medio de una mejor evaluación de su potencial empresarial.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Indonesia</p> <p>Mejora de las capacidades de inspección y del estado de los barcos y establecimientos en el sector pesquero de Indonesia</p> <p>INS/A1/01B Fondo Fiduciario para Asia</p>	<p>El objetivo del proyecto es fortalecer los servicios de inspección y de auditoría en Indonesia para la exportación de pesca, a fin de mejorar la calidad y la seguridad de las instalaciones de procesamiento de pesca calificadas como establecimientos autorizados para la exportación a la UE.</p> <p>Esto permitirá a las autoridades competentes (AC) indonesias realizar una rápida revisión de la lista de barcos y establecimientos autorizados.</p> <p>El proyecto contribuirá a solventar las urgentes deficiencias denunciadas por una misión de la Oficina Alimentaria y Veterinaria (OAV) de la Comisión Europea en cuanto a las exportaciones de pescado a la UE.</p>	<p>Las actividades principales del proyecto se realizaron entre julio y diciembre de 2007. En 2007, el proyecto evaluó la capacidad de los inspectores de la CA para autorizar a los establecimientos pesqueros que manejan productos que se pretenden exportar a la UE. La evaluación confirmó lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que los inspectores de la AC y la industria han mejorado sus aptitudes y sus conocimientos de los requisitos pertinentes durante la formación. Esta evaluación se realizó durante una nueva inspección de seis establecimientos, dos estanques, un barco, un punto de atraque y 31 piscifactorías de camarón (recibieron formación más de 60 representantes). • La conclusión de una lista revisada de establecimientos autorizados para exportar a la UE. • El incremento de la capacidad del cuerpo de inspectores para realizar auditorías y ejecutar una revisión posterior. • La creación de un grupo de trabajo para el sistema de gestión de la inspección compuesto por 15 expertos de la AC y consultores nacionales y destinado a aplicar el proceso de verificación, el cual analiza los sistemas de control centrales y provinciales y el cumplimiento de la industria con los requisitos de la UE. <p>El proyecto permitió al Gobierno de Indonesia hacer un seguimiento de las recomendaciones formuladas por la OAV de la CE y prepararse mejor para la misión de inspección de enero de 2007 por parte de dicha oficina. La misión de inspección de la OAV de la CE observó un incremento de la concienciación de los requisitos de la UE y una mejora en la calidad del control oficial en algunas provincias. La misión formuló nuevas recomendaciones y acordó una serie de acciones con el Director de la AC para incrementar las mejoras y cumplir así plenamente con los requisitos de la UE.</p>
<p>Malasia</p> <p>Apoyo a las empresas malasias en el cumplimiento de las políticas y directrices de contratación ecológica de la UE</p> <p>MAL/A1/01A Fondo Fiduciario para Asia</p>	<p>El objetivo de este proyecto es desarrollar una capacidad en Malasia para apoyar y asesorar de forma continua a los productores y proveedores de servicios nacionales en toda la cadena de suministro, en cuanto a la comprensión y el cumplimiento de los requerimientos de contratación ecológica para las organizaciones compradoras de los sectores público y privado en la UE. El proyecto pretende lograr tres objetivos principales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Producir las versiones electrónica e impresa de un manual y material de referencia complementario para los productores y proveedores de servicios malasios sobre el cumplimiento de las directrices y requerimientos de la UE en materia de contratación ecológica. • Poner en marcha servicios locales en SIRIM Berhad (Instituto de Investigación General e Industrial de Malasia) y sus instituciones asociadas para informar y formar a los productores y proveedores de servicios malasios acerca del cumplimiento general de las directrices de la UE. • Desarrollar servicios de diagnóstico y verificación del cumplimiento para las empresas, respecto a los requerimientos de contratación ecológica de la UE, y elaborar propuestas de proyecto para prestar apoyo adicional y exhaustivo a los sectores menos preparados para cumplir esos requisitos. 	<p>En 2007, el proyecto consiguió los siguientes logros principales:</p> <p>Finalización y prueba piloto del <i>manual verde</i> sobre las directrices de contratación ecológica de la UE para los exportadores malasios, sobre todo en el sector electrónico.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de una versión electrónica del manual verde. • Cursos para un equipo de formadores adscritos al SIRIM, y desarrollo y aplicación de programas de formación y actos de concienciación basados en el manual verde. • Aplicación de dos talleres piloto sobre estrategia sectorial basados en la metodología de competencia del ITC y transferencia de esta metodología al SIRIM.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Malasia</p> <p>Mejorar la capacidad de las autoridades competentes y las instalaciones pesqueras de Malasia para cumplir los requisitos en materia de pesca de la UE.</p> <p>MAL/A1/01B Fondo Fiduciario para Asia</p>	<p>El objetivo del proyecto es mejorar la eficacia de los servicios de inspección y auditoría de Malasia para las exportaciones de productos pesqueros, así como la calidad y seguridad de la oferta pesquera de manera que satisfaga los requisitos de los mercados de importación. El proyecto:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ampliará los conocimientos y mejorará la comprensión que las autoridades competentes (AC) y el personal del sector tienen de las políticas de la UE relativas al comercio, así como de los requisitos para la exportación de productos pesqueros a la UE. • Contribuirá a analizar las deficiencias urgentes puestas de manifiesto por la misión de la Oficina Alimentaria y Veterinaria (FVO) de la Comisión Europea en relación con las exportaciones de pescado a la UE. 	<p>La evaluación de las necesidades formativas se completó en 2006. En 2007, el proyecto se centró en actividades de formación concretas, reuniones consultivas, diálogos y visitas a los establecimientos de los cuatro beneficiarios principales, es decir el Ministerio de Sanidad, el Departamento de Pesca de Malasia, la Autoridad para el Desarrollo de Productos Pesqueros de Malasia y el sector de la pesca en general.</p> <p>Se impartieron nueve cursos a más de 220 funcionarios de la Autoridad Competente (AC) y representantes de la industria (60) en los que se incluían sesiones teóricas y prácticas. El resultado fue la ampliación de los conocimientos y la mejora de la comprensión que las autoridades competentes y la industria tienen de las políticas de la UE relativas al comercio, así como los requisitos para la importación de pescado y productos pesqueros a la UE, mejorando igualmente la capacidad de verificación y auditoría de las autoridades competentes. Actualmente existe un grupo de 20 AC disponibles. Los funcionarios son capaces de evaluar el estado de cumplimiento de las instalaciones pesqueras en relación a los requisitos exigidos por la UE y pueden transferir sus conocimientos sobre requisitos de seguridad alimentaria europeos a otros inspectores. Este modelo de formación ha reforzado la importancia de la responsabilidad compartida por parte de la industria y las autoridades competentes para lograr los requisitos de acceso al mercado.</p> <p>Como resultado de las acciones correctivas realizadas como respuesta a la inspección llevada a cabo por la Oficina Veterinaria y Alimentaria (OAV) de la Comisión Europea, Malasia se encuentra actualmente más cerca del cumplimiento de la normativa europea, especialmente en lo referente a concienciación y conocimiento de los requisitos exigidos.</p> <p>A pesar de estar fuera del ámbito de intervención del Fondo Fiduciario para Asia (ATF), el proyecto proporcionó numerosas recomendaciones relativas a los principales procedimientos operativos y políticos de las autoridades competentes, considerados vitales para posibilitar la continuidad de acceso a la UE por parte del mercado malasio. El objetivo era simplemente reforzar el sistema de garantías oficiales exigidas por la normativa. Algunas de estas recomendaciones ya han sido aplicadas y otras se encuentran aún en proceso de aplicación.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Mongolia</p> <p>Fomentar las exportaciones mongolas mediante indicaciones geográficas y SGP+</p> <p>MON/A1/01C Fondo Fiduciario para Asia</p>	<p>El objetivo del proyecto es consolidar y profundizar el trabajo realizado en las indicaciones geográficas sometidas a consideración y reforzar las exportaciones aprovechando las oportunidades que ofrece el SGP+ recientemente concedido, mediante:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Generación de capacidades y mejora del marco legal para permitir que los exportadores mongoles se beneficien de las indicaciones geográficas, incluido el registro fructífero de, como mínimo, una IG sostenible. • Fomento de la toma de conciencia de los sectores público y privado de Mongolia sobre las oportunidades y condiciones para beneficiarse de un mayor acceso al mercado de la Unión Europea bajo el incentivo SGP+. <p>En resumen, este proyecto ATF se basará en los resultados del proyecto ATF anterior sobre indicaciones geográficas (MON/A1/01A).</p> <p>Se identificarán los productos IG potenciales en una escala más amplia y se incrementará la toma de conciencia sobre las ventajas y condiciones de las IG. Basándose en las especificaciones de producto preparadas para las IG de carne y lana de camello, se tomarán pasos concretos para implementar y aplicar las IG correspondientes. Se organizará una gira de estudios a Europa para que los accionistas mongoles pertinentes de los sectores público y privado se familiaricen con el funcionamiento de una IG que han tenido éxito en dicho continente. Además, se estudiará la capacidad de exportación de productos de lana de camello a la UE y se entablarán los contactos comerciales necesarios para tal fin. También se fomentará la toma de conciencia, para lo cual se suministrará información práctica sobre las nuevas oportunidades de acceso al mercado que ofrece el recientemente otorgado SGP+ a Mongolia. Se organizarán seminarios de formación específicos sobre SGP+ y temas relacionados, como certificación y normas de origen dirigidos a los representantes del sector público correspondiente y, especialmente, al sector privado con potencial de exportación real.</p>	<p>Los seminarios de formación contribuyeron a generar una concienciación e interés en la creación de IG en más de 100 participantes de los sectores público y privado, incluyendo numerosos productores potenciales de IG. Se realizaron dos seminarios de formación adicionales dirigidos al personal de las instituciones claves implicadas en las IG, es decir la Organización de propiedad intelectual de Mongolia (IPOM) y la Agencia de Mongolia para Normalización y Metrología (MASM). Además, un viaje de estudios ayudó a familiarizar a los participantes de las instituciones públicas clave y del sector privado con la experiencia europea en el marco legal, la administración y la gestión de IG. Igualmente, los folletos preparados y los sitios web del proyecto específicos del país contribuyeron (y seguirán contribuyendo) a aumentar la concienciación de oportunidades específicas que puedan surgir al adoptar una estrategia de IG.</p> <p>Con el fin de crear un mayor interés y contribuir al impulso de creación de IG en Mongolia, también se identificaron posibles productos IG a mayor escala. Con este fin, se distribuyó entre las sucursales locales de la Cámara Nacional de Comercio e Industria de Mongolia (MNCCI) una encuesta para repartirla por sus respectivas aymags (provincias). Los productores participaron en un seminario de formación para mejorar su conocimiento sobre IG y familiarizarse con los elementos de la aplicación de una IG. Además, se les proporcionó asesoramiento técnico para que la normativa relativa a IG estuviera más en línea con la práctica internacional, enfocándolo como un derecho de propiedad intelectual colectivo más que como un derecho individual. La IPOM ha formado un grupo de trabajo que estudiará estas recomendaciones y propondrá las revisiones oportunas al Parlamento.</p> <p>Se ha mejorado la concienciación básica de SGP+ por medio de folletos que se han traducido al mongol y se han distribuido de manera generalizada entre la comunidad empresarial de Mongolia. Por otra parte, se ha aumentado la concienciación de las ventajas de SGP+ a través de dos seminarios de formación de un día de duración para unos 70 representantes de los sectores público y privado. El proyecto ha ayudado a identificar productos a los que debería darse prioridad en relación con los esfuerzos gubernamentales y de la comunidad comercial para sacar el máximo provecho al sistema SGP+. Los sectores de artículos textiles, cachemir, lana y piel parecen ser objetivos naturales de este enfoque. Además, se ha preparado un manual y un caso práctico sobre SGP+, que seguirán sirviendo como guía práctica para los exportadores mongoles. El manual, que ha sido traducido a mongol, ha sido bien recibido, dado que se han solicitado copias adicionales. El MNCCI y el Ministerio de Comercio e Industria seguirá distribuyendo ambos documentos entre el sector privado de Mongolia.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Nepal Servicios de asesoría para el desarrollo de las exportaciones en sectores prioritarios de Nepal</p> <p>NEP/A1/01A Fondo Fiduciario para Asia</p>	<p>El objetivo del proyecto es identificar productos que muestren un buen potencial de exportación, teniendo en cuenta los problemas de la oferta y la demanda, y formular recomendaciones prácticas para el desarrollo de los productos más prometedores de Nepal en cuanto a su viabilidad para la exportación, al objeto de aumentar y diversificar el potencial exportador del país. El proyecto se desarrolla en tres frentes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificación de sectores prioritarios para la promoción de las exportaciones. • Identificación de las limitaciones (cuellos de botella) y lagunas (deficiencias) a la exportación en los sectores prioritarios identificados; formulación de recomendaciones y planes de acción a largo plazo (por ejemplo, programas de desarrollo) para solucionar los problemas principales; y análisis o validación de los resultados con representantes del sector. • Revisión de los estudios sectoriales e identificación de las limitaciones y deficiencias del sector; formulación y análisis de recomendaciones para solventar los principales problemas. 	<p>Tras realizar diversos estudios estadísticos y numerosas consultas en Nepal, el Centro de Promoción Comercial y Exportación (TEPC) de Nepal, el equipo de análisis de mercado del ITC y varios consultores locales seleccionaron 14 grupos de productos para realizar un examen más detallado de su potencial de exportación y su impacto socioeconómico. En mayor o menor grado, se seleccionaron los 14 con mayor potencial de exportación para dedicarles una atención especial. Los resultados de la Valoración del Potencial para la Exportación se presentaron ante representantes del sector privado de Nepal, la Administración y la comunidad de donantes en febrero de 2007. Tras la reunión, se decidió estudiar con más detalle los siguientes productos durante la segunda fase del proyecto: cardamono grande, legumbres, pashmina de seda, flores cortadas y té. Las limitaciones y deficiencias de suministro se describen detalladamente en los informes del estudio y se han formulado recomendaciones prácticas para hacer frente a dichas limitaciones.</p> <p>Durante los talleres de validación las partes interesadas fueron invitadas para que comentaran los informes preliminares. Estos debates proporcionaron a las partes interesadas una oportunidad de aportar su visión particular al contenido de los informes y sus recomendaciones y propuestas para un plan de acción. Los debates mejoraron enormemente la implicación de las partes interesadas en el proyecto, haciendo suyas las distintas actividades del mismo. Además, en cada taller de validación, los participantes tenían que dar prioridad a las acciones recomendadas según tres niveles de financiación de \$EE.UU. 100.000, \$EE.UU. 500.000 y \$EE.UU. 1 millón. Esto hizo que se vieran forzados a alcanzar un consenso sobre las acciones más importantes a realizar a corto, medio y largo plazo. Una vez más, así se refuerza su implicación en los planes de acción, una condición esencial para la aplicación de los mismos. Los principales resultados, recomendaciones y planes de acción han sido totalmente adoptados por las partes interesadas en el sector clave. Se han realizado comentarios expresando gran reconocimiento al valor de los informes, especialmente por su exhaustiva cobertura y las valiosas recomendaciones prácticas, que avalan la calidad de los mismos.</p> <p>En el proyecto han participado tres consultores nacionales a los que se ha impartido una formación exhaustiva acerca de la metodología del ITC para que puedan llevar a cabo valoraciones de exportaciones potenciales y realizar estudios sectoriales. El propio proyecto ha contribuido a crear una capacidad nacional en estos aspectos. Lo mismo se aplica al TEPC, que se convirtió en un participante activo en las actividades de investigación. Además, unas 275 personas participaron en las mesas redondas del ITC que tuvieron lugar en febrero y octubre de 2007, y en los cinco talleres de validación que se desarrollaron entre agosto-septiembre de 2007. De esta forma, los participantes asistieron a la metodología del ITC anteriormente mencionada y tuvieron la oportunidad de compartir sus puntos de vista sobre los informes.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Pakistán</p> <p>Asistencia técnica en materia de comercio de la CE en el Pakistán</p> <p>PAK/75/17A</p> <p>Comisión Europea</p>	<p>La finalidad del programa TRTA de la CE en el Pakistán es mejorar el conocimiento de los responsables del Gobierno, el sector empresarial y la sociedad civil de las implicaciones de los acuerdos con la OMC para la economía nacional y ayudar al país a crear la capacidad necesaria para solventar los problemas derivados de su participación en la OMC.</p> <p>El proyecto cuenta con tres componentes principales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de capacidad sobre temas de la OMC. • Normas y estándares (implantados por ONUDI). • Propiedad intelectual (OMPI). <p>La Comisión Europea ha designado al ITC coordinador global del programa.</p>	<p>Los principales logros alcanzados en 2007 fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se organizó una serie de siete seminarios y talleres acerca de los acuerdos de la OMC y varios aspectos del marco de la negociación con la OMC. Los talleres se centraron en los acuerdos más importantes para el Pakistán ya que suponían más del 90% de su PIB y sus exportaciones. • Se aportó asistencia técnica detallada y un desarrollo estratégico para sacar el máximo provecho del potencial de exportación del sector servicios. La aportación técnica del ITC bajo TRTA permitió a las autoridades pakistaníes y al sector privado disponer de un claro asesoramiento acerca de la capacidad del sector servicios, identificando sectores específicos que han ido experimentando una tasa de crecimiento de exportación excepcional. Los socios pakistaníes adoptaron la guía nacional para exportación de servicios y se han dado los primeros pasos para su aplicación. • Se han establecido tres Centros de Referencia de la OMC en Islamabad (para uso oficial), Karachi y Lahore (para la comunidad empresarial). Los Centros de Referencia, junto con la Célula de la OMC, donde sea necesaria, ofrecen a cada institución la capacidad de informar a su circunscripción del estado de las negociaciones con la OMC, las implicaciones de los acuerdos con la OMC y las modificaciones necesarias en la política comercial nacional para que se ajuste a las normas y reglamentos de la OMC. • Cuando la Oficina de promoción de las exportaciones se reestructuró en la Autoridad para el desarrollo del comercio del Pakistán (TDAP), el ITC modificó las aportaciones de asistencia técnica para ajustarse a las necesidades de la nueva organización. Basándose en esto, el ITC proporcionó asistencia técnica para la reestructuración y una estrategia para el desarrollo organizativo de forma que el TDAP pudiera convertirse en un canal eficaz para la creación de capacidades en el sector comercial. En agosto de 2005 se desarrolló un anteproyecto de la célula de la OMC en la TDAP. Aunque se tardó algún tiempo en completar las actividades iniciadas en 2005, el ITC pudo orientar al TDAP para ajustar el papel de la célula de la OMC dentro de la organización definiendo su estructura y los términos de referencia de su personal. • Se realizaron estudios en cinco sectores prometedores para la exportación. Se trataba de: piezas de automoción, calzado, muebles, productos farmacéuticos y artículos deportivos. Cada estudio incluía un análisis DAFO del sector, asesoramiento sobre el impacto de los acuerdos con la OMC y sugerencias para mejorar los resultados de exportación. • Las cuatro publicaciones siguientes se adaptaron al entorno pakistaní: folletos de servicios; <i>International Trade Rules: An Answer Book on the WTO Agreements for SMEs</i>; <i>Trade in Services: An Answer Book for SMEs</i>, <i>How to Approach Banks: A Guide for Pakistani Entrepreneurs</i>. <p>Para crear las capacidades del Ministerio de Comercio (MOC) y otros departamentos e instituciones gubernamentales para su participación activa en las negociaciones con la OMC, el ITC organizó talleres de formación para 44 altos cargos de estos organismos oficiales. Los talleres se centraron en los siguientes temas de la OMC: acuerdos en servicios y agricultura, facilitación del comercio, acceso al mercado no agrícola y medidas correctivas comerciales. Todos los talleres tuvieron lugar en Ginebra, excepto el de medidas correctivas comerciales, que se desarrolló en Bruselas. La formación se centró en los aspectos prácticos de las negociaciones con la OMC.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
		<p>Se habló de reforzar el diálogo entre los servicios gubernamentales, el sector empresarial y la sociedad civil sobre las negociaciones con la OMC y otras materias. Se realizaron numerosas consultas que pusieron en evidencia la debilidad del proceso de formulación de la política comercial actual y la falta de un diálogo constructivo entre el sector público, el privado y la sociedad civil. Aún queda por aprobar, por parte de las instituciones gubernamentales, una propuesta respaldada por el sector privado para establecer una “segunda pista” para las políticas comerciales que faciliten las consultas sobre cuestiones a largo plazo.</p>
<p>Pakistán</p> <p>Asistencia técnica en materia de comercio de la CE en el Pakistán: BAS</p> <p>PAK/75/17C</p> <p>Comisión Europea</p>	<p>El objetivo del programa de asistencia técnica en materia de comercio (TRTA) de la UE es aumentar la concienciación de los sectores público y privado sobre las implicaciones de los acuerdos de la OMC para la economía del Pakistán, y ayudar al país a crear la capacidad necesaria para solventar los problemas derivados de su participación en la OMC. Dentro de este apartado se están desarrollando actividades específicas en cuatro áreas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Seminarios de la OMC: Celebración de una serie de seminarios sobre áreas específicas de las negociaciones de la OMC, diseñados para poner al día a las personas interesadas de los sectores público y privado sobre el estado actual y las perspectivas futuras de las negociaciones, ayudarles a identificar los desafíos comerciales y normativos, así como las oportunidades derivadas de las negociaciones, y fortalecer el diálogo entre los dos sectores en el entorno comercial multilateral. • Mecanismo de consultas entre los sectores público y privado: observar el diálogo sobre políticas comerciales entre los departamentos gubernamentales y con el sector empresarial y la sociedad civil y analizar la manera de reforzarlo. • Célula de la OMC en la Oficina de promoción de las exportaciones: proporcionar apoyo a la célula de la OMC de la EPB, actualmente, la autoridad para el desarrollo del comercio del Pakistán (TDAP), para que se convierta en un canal de generación de capacidad del sector empresarial con respecto al sistema de comercio multilateral. • Adaptación de publicaciones: traducir y/o adaptar, con la ayuda de interlocutores locales, los materiales técnicos del ITC, la UNCTAD y la OMC, así como otras publicaciones relevantes, a fin de aumentar la capacidad de las PYME, asociaciones comerciales, cámaras de comercio, etc. 	<p>El proyecto concluyó con éxito en 2007.</p> <p>Seminarios de la OMC. El proyecto completó la serie de seminarios sobre áreas específicas de las negociaciones con la OMC (estos seminarios se habían realizado previamente en AGCS, Agricultura y NAMA). En abril, se celebró en Karachi un seminario sobre las negociaciones para la facilitación del comercio. A este seminario de dos días de duración asistieron tanto representantes del Gobierno como del sector privado, generándose un amplio debate. El Pakistán ha modernizado de forma progresiva su régimen de comercio internacional y se encuentra en una buena posición para beneficiarse de un acuerdo de facilitación del comercio. No obstante, aún quedan cosas por hacer en una serie de áreas. Una de las más importantes es que el sector privado se comprometa a una mejora progresiva ya que los mayores beneficios de un acuerdo irían a parar a este sector privado.</p> <p>Durante los seminarios se generaron informes técnicos que estudiaban los retos y oportunidades específicos para el Pakistán en caso de entablar negociaciones. Todas las delegaciones asistentes a la reunión ministerial del grupo de Cairns recibieron una copia del informe “Agricultura en el Pakistán y el Programa de Desarrollo de Doha”, publicado en septiembre de 2006. También se publicaron informes sobre la facilitación del comercio y NAMA, en julio y septiembre de 2007 respectivamente.</p> <p>Mecanismo de consultas entre los sectores público y privado. Tras un año de consultas con las comunidades comercial y académica, y con representantes gubernamentales, se confirmó que tanto el sector público como el privado no estaban nada satisfechos con oportunidad y la calidad del proceso de consultas sobre la política comercial actual. En noviembre de 2006 tuvo lugar una reunión nacional al más alto nivel para considerar las propuestas para aumentar y profundizar el diálogo sobre la política comercial actual. Una propuesta fue respaldada por los representantes del sector privado asistentes a la reunión y se presentó al Gobierno en febrero de 2007. El informe contenía recomendaciones concretas para el desarrollo de un proyecto de demostración que expresara el valor de un diálogo más apropiado, más detallado y más interactivo acerca de la política comercial, y permitiera que ambas partes compartieran sus experiencias a través de dicho diálogo.</p> <p>Célula de la OMC en la TDAP. A pesar del retraso en la aplicación, debido a la reestructuración de la EPB en la TDAP, la célula de la OMC se ha establecido firmemente dentro de la estructura y el presupuesto de la TDPA, se ha asignado personal profesional y se ha completado la formación preliminar del personal. Durante la última misión de revisión de septiembre de 2007 se informó de que se había acordado, y se encontraba en curso de aplicación, el programa de trabajos de la célula, incluida una política de comunicaciones. Los vínculos operativos con el sector empresarial y con otras células de la OMC también estaban establecidos.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
		<p>Adaptación de publicaciones: Durante el año se han adaptado al Pakistán un buen número de publicaciones muy útiles. De la adaptación de la publicación del ITC <i>International Trade Rules: An Answer Book on the WTO Agreements for Small and Medium-sized Exporters</i> se ocupó principalmente el Instituto asiático de comercio y desarrollo (AITD) para que reflejara el entorno nacional del Pakistán, y se publicó en inglés y en urdu. La Autoridad para el desarrollo de la pequeña y mediana empresa (SMEDA) se encargó de la adaptación de <i>Trade in Services: An Answer Book for Small and Medium-sized Exporters</i>. También existe una versión electrónica de esta publicación para las PYME. La SMEDA también participó en la publicación de una edición revisada y actualizada del ITC: <i>How to Approach Banks: A Guide for Pakistani Entrepreneurs</i>. La revisión incluía nuevo material que trataba los desafíos específicos para las PYME comprometidas con el sector servicios. Por último, la AITD se encargó de traducir y distribuir en el Pakistán dos folletos desarrollados por el ITC. Dichos folletos trataban de la implicación del Pakistán con la AGCS y su potencial para convertirse en una gran exportadora de servicios.</p>
<p>Pakistán</p> <p>Asistencia técnica en materia de comercio de la CE en el Pakistán: TSS</p> <p>PAK/75/17E</p> <p>Comisión Europea</p>	<p>El objetivo de este proyecto es mejorar la exportación de servicios a través de una serie de intervenciones prácticas en comercio de servicios. Las actividades previstas incluyen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Un estudio de equipo del potencial exportador del sector servicios. • La prestación de servicios de consultoría y formación para crear y poner en marcha una nueva unidad de la Oficina de promoción de las exportaciones (EPB). • Cursos de formación especiales dirigidos a órganos de comercio sobre la forma de promocionar la exportación de servicios y sobre las implicaciones de los AGCS. • Organización de un taller nacional, en cooperación con la EPB y las agencias gubernamentales correspondientes, sobre la fructífera exportación de servicios en dos ciudades. • Elaboración de materiales especiales de marketing para los encuentros a fin de aumentar la concienciación pública sobre el comercio de servicios. • La preparación de una hoja de ruta de exportación de servicios. 	<p>La hoja de ruta de los servicios nacionales concluyó en 2007 y se presentó en el acto final que tuvo lugar en agosto, en Islamabad. La hoja de ruta, que incluye recomendaciones tanto del sector público como del privado, tiene como objetivo consolidar y fortalecer la capacidad de exportación del sector servicios en el Pakistán.</p>
<p>Pakistán</p> <p>Asistencia técnica en materia de comercio de la CE en el Pakistán: MDS.</p> <p>PAK/75/17F</p> <p>Comisión Europea</p>	<p>El proyecto se centra en la realización de estudios sobre las implicaciones de los acuerdos de la OMC para cinco sectores: piezas de automoción, calzado, muebles, productos farmacéuticos y artículos deportivos. El interés se centra en áreas en las que es necesario que las empresas pakistaníes tomen medidas para adaptarse a los acuerdos de la OMC.</p>	<p>Los cinco análisis se presentaron a empresas, asociaciones importantes del sector, instituciones de apoyo al comercio y ministerios durante diversos seminarios y conferencias. El ITC propuso continuar con su apoyo a un sector después de 2007 y el Pakistán eligió que fuera el sector de artículos deportivos.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>República Democrática Popular Lao</p> <p>Apoyo a la promoción del comercio y al desarrollo de las exportaciones de la RDP Lao</p> <p>LAO/61/89A</p> <p>Suiza</p>	<p>El principal objetivo de este proyecto es crear capacidades de desarrollo de exportaciones y promoción comercial del Gobierno, las IAC y las empresas exportadoras de la República Democrática Popular Lao, en estrecha cooperación técnica con Camboya y Viet Nam, de tal manera que puedan inducir, a su vez, la expansión y diversificación de las exportaciones. Este proyecto trata cuatro campos principales de cooperación técnica:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El desarrollo de estrategias de exportación en el ámbito nacional y sectorial; • El establecimiento de una red de apoyo comercial operativa en el ámbito nacional entre el Gobierno, las IAC, las asociaciones de productos y las empresas exportadoras, lideradas por organizaciones de promoción comercial fortalecidas. • La mejora del conocimiento, la consolidación de las aptitudes y el desarrollo de capacidades de las instituciones de formación para ofrecer cursos de promoción comercial y fomento de las exportaciones a las empresas exportadoras. • La creación de capacidades de información comercial en el ámbito nacional para satisfacer las necesidades específicas de las IAC y las empresas exportadoras. 	<p>Objetivo 1 – “Comenzar a ejecutar las estrategias de exportación sectoriales sobre Confección y Artesanía”.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se han beneficiado de las actividades del proyecto cinco empresas del sector de la confección y 40 productores del sector artesanal de la seda. Más concretamente, se obtuvieron los siguientes resultados: nuevos pedidos de 210.000 artículos para las fábricas de confección; producción de una nueva colección de seda artesanal; creación de un centro de venta al por menor dedicado a la comercialización de productos de seda artesanales, se alcanzó un volumen de ventas de \$EE.UU. 8.000. • Con respecto al sector de la confección, el proyecto recientemente aprobado y financiado por la Vertiente II del MI se basará en los logros alcanzados por el proyecto actual. • Se ha concluido la Estrategia Nacional de Exportación (ENE) y se ha integrado plenamente en el plan del Ministerio de Industria y Comercio (MIC). Ahora está siendo actualizada y será presentada a la Oficina del Primer Ministro. Además, el MIC (el punto central del proceso del MI) utilizará la ENE como documento de referencia para garantizar una ejecución coherente de la Matriz de Acción del MI para el componente de competitividad de las exportaciones. <p>Objetivo 2 – “Constituir una red de desarrollo comercial efectiva y cubrir las necesidades de las empresas exportadoras”.</p> <p>El Departamento de Producción y Promoción del Comercio (DPPC) del MIC ha aumentado de forma coherente su capacidad técnica y de liderazgo de promoción del comercio dentro de la Red de Apoyo al Comercio de la RDP Lao, a escala nacional y provincial. El DPPC está creando una sólida base técnica de apoyo al desarrollo del sector privado. Gracias a una serie de actividades de estudios de mercado realizadas como parte del proyecto, el DPPC ha mejorado su capacidad para convertirse en un proveedor de servicios adaptados. Además, el DPPC ha sido objeto de una reestructuración tras recibir la asistencia y el asesoramiento del proyecto, y se ha realizado una definición clara de sus objetivos y sus operaciones en el ámbito de las divisiones que lo conforman. Se realizó un análisis de necesidades en materia de conocimientos y aptitudes del personal del DPPC y se llevó a cabo un desarrollo de las aptitudes relevantes en 2007. Como resultado de ello, el MIC aprobó un aumento en personal del DPPC que ascendió de 17 a 35 miembros.</p> <p>Objetivo 3 – “Contribuir al desarrollo de una capacidad sostenible para impartir formación comercial a las instituciones de apoyo al comercio y a las empresas exportadoras”</p> <ul style="list-style-type: none"> • Este objetivo se ha logrado plenamente gracias a un programa exhaustivo y completo de formación de capacitadores (FdC) vinculado a un programa de formación de asesores (FdA); se ha mejorado la capacidad de asesoramiento de las instituciones locales públicas y privadas. • Formación de capacitadores. El programa de FdC abarcaba tres materias básicas (marketing para la exportación, estudios de mercado y gestión de la calidad de las exportaciones) con un equipo de 4 capacitadores por materia. El principal asociado de esta actividad es la Cámara de Comercio e Industria Nacional de Lao (CCINL). El objetivo del programa para 2007 consistía en dotar a un equipo de capacitadores de conocimientos y capacidad de formación suficientes sobre las materias arriba indicadas. Recibieron formación un total de 60 empresarios. Los capacitadores ya pueden diseñar su propio material de formación y satisfacer las necesidades básicas de formación de la comunidad empresarial con respecto a las tres materias señaladas.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
		<ul style="list-style-type: none"> • Formación de asesores. Se seleccionó un equipo de 12 asesores empresariales, los cuales recibieron formación sobre aptitudes de diagnóstico empresarial, desarrollo de estrategias y asesoramiento empresarial. Se celebraron dos talleres y el equipo de asesores completó su informe de evaluación. Dichos asesores han sido acreditados por el ITC como asesores empresariales. <p>Objetivo 4: “Crear una auténtica capacidad para ofrecer información comercial atendiendo a las necesidades específicas de los proveedores y usuarios de información comercial, de manera que una red autosuficiente pueda ponerse en funcionamiento y resulte efectiva”.</p> <p>El objetivo ha sido alcanzado. En el DPPC se ha abierto un punto de consulta de información comercial profesional y enfocado a los servicios para la comunidad empresarial exportadora.</p>
<p>República Democrática Popular Lao</p> <p>Apoyo a la transición de la industria de la confección de la subcontratación de la fabricación a la exportación directa</p> <p>LAO/79/65A PNUD</p>	<p>Este proyecto pretende apoyar a la industria de la confección de Lao para que lleve a cabo una transición fluida de la subcontratación de la fabricación a la exportación directa (de los acuerdos contractuales de venta de CMT a los de FOB). Esta transición garantizará una mayor adición y conservación de valor para el sector de Lao, y apoyará a los productores del sector de la confección de Lao a lograr una gestión completa de sus actividades de adquisición, producción, promoción y distribución, ayudándoles así a desarrollar su propia capacidad y a reforzar su posición en el mercado internacional.</p> <p>*CMT: corte, confección y arreglo; FOB: franco a bordo.</p>	<p>En 2007, las acciones preparatorias se centraron en allanar el terreno para una ejecución fluida del proyecto en 2008.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>República Democrática Popular Lao</p> <p>Creación de capacidad de investigación y asesoramiento para el Instituto de Investigación Económica para el Comercio (Ministerio de Comercio)</p> <p>LAO/A1/01A Fondo Fiduciario para Asia</p>	<p>El objetivo de este proyecto es doble:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Facilitar una decisión informada de políticas por parte de las autoridades sobre su posición internacional respecto a las indicaciones geográficas (IG), incluido el cumplimiento de sus obligaciones en relación con las IG dentro del marco de la OMC, concretamente el acuerdo ADPIC. • Familiarizar a los correspondientes interlocutores (Ministerio de Industria y Comercio, Centro Internacional de Investigación Comercial, asociaciones empresariales, organismos estatales, empresas interesadas, etc.) con el concepto de las indicaciones geográficas y crear capacidades para permitir a la industria laosiana y a las comunidades usar las IG de relevancia en beneficio propio. 	<p>Los principales logros registrados en 2007 fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una serie de cursos de formación realizados para actualizar los conocimientos de los participantes sobre las bases del comercio internacional, el sistema de comercio multilateral y las prácticas internacionales sobre la reforma del código de comercio. También se han mejorado las experiencias prácticas en investigación comercial y análisis. Un grupo principal de 32 participantes ha asistido a la serie completa de ocho cursos de formación, mejorando progresivamente su capacidad de investigación y asesoramiento, lo que ha conseguido que actualmente se encuentren en mejores condiciones para realizar sus investigaciones. • El proyecto hacía hincapié en el aprendizaje mediante el acercamiento, combinando clases teóricas, trabajo en grupo y misiones sobre el terreno. El objetivo era crear un nivel de comprensión entre los participantes que les permitiera aplicar inmediatamente los conocimientos recién adquiridos en sus tareas y responsabilidades cotidianas, así como transmitir de forma dinámica sus conocimientos a otros funcionarios gubernamentales y empresas. Un grupo seleccionado de participantes fueron formados como monitores para que pudieran instruir a otras personas que no pudieron beneficiarse directamente del proyecto. En el proyecto también participaron numerosos expertos locales y regionales que aplicaron la formación a su contexto local, ajustándola a los aspectos específicos del país y permitiéndoles crear una experiencia local en las áreas tratadas. • A la finalización del proyecto, el Ministerio de Industria y Comercio pidió a los miembros del Instituto de Investigación Económica para el Comercio (IIEC) que realizaran una investigación más detallada de algunos productos seleccionados con un alto potencial de exportación usando los conocimientos adquiridos en la formación. Los resultados de esta investigación se presentaron en una reunión con unos 200 representantes gubernamentales y del sector privado. Estos resultados fueron bien recibidos y muy elogiados por parte del Ministro de Industria y Comercio.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Sri Lanka</p> <p>Proyecto de desarrollo comercial UE-Sri Lanka</p> <p>SRL/75/19A</p> <p>Comisión Europea</p>	<p>La finalidad del proyecto es mejorar el conocimiento de los responsables del Gobierno, el sector empresarial y la sociedad civil de las implicaciones de los acuerdos con la OMC para la economía de Sri Lanka y ayudar al país a crear la capacidad necesaria para solventar los problemas derivados de su participación en la OMC. El proyecto cuenta con tres componentes principales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear capacidades en temas de la OMC mediante la formación de negociadores y analistas de acceso a los mercados y la creación de una unidad de medidas correctivas comerciales en el Departamento de Comercio. • Crear capacidades en las empresas exportadoras de los sectores de joyería y piedras preciosas y textil para que adopten las medidas adecuadas que permitan mejorar las cadenas de valor y de suministro y desarrollar planes de marketing eficaces orientados a aumentar las exportaciones de estos productos a mercados extranjeros. • Impartir formación a funcionarios aduanas y policías sobre temas relacionados con la propiedad intelectual y modernizar los procesos empresariales y administrativos de la Oficina de la Propiedad Intelectual Nacional de Sri Lanka en relación con el registro de marcas comerciales, patentes y diseños industriales. La OMPI cooperará en la implementación de esta parte del proyecto. 	<p>Durante el primer año de aplicación, se impartió formación a más de 200 operadores del Gobierno y del sector privado sobre temas relacionados con la OMC, la contratación de materiales para de adaptar más eficazmente las exportaciones textiles de Sri Lanka con los mercados europeos, y en el sector de las piedras preciosas y joyería para mejorar la cadena de gestión, el desarrollo de los productos y el marketing en los mercados de la UE. Estas actividades han mejorado la capacidad de analistas y negociadores del Gobierno para formular recomendaciones relativas al desarrollo de políticas de mercado. Los exportadores también se vieron beneficiados, ya que quedaron informados de las tendencias de los mercados europeos, de cómo adquirir materias primas en relación a estas tendencias, y de cómo mejorar sus procesos de producción para aumentar su eficacia y competitividad.</p>
<p>Sri Lanka</p> <p>Proyecto de desarrollo comercial UE-Sri Lanka: BAS</p> <p>SRL/75/19B</p> <p>Comisión Europea</p>	<p>Para participar en la agenda de desarrollo de Doha, el Gobierno de Sri Lanka ha expresado la necesidad de obtener un mayor conocimiento de los temas implicados y de disponer de capacidad para analizar, evaluar y desarrollar posiciones negociadoras que reflejen plenamente sus problemas concretos y las condiciones de su economía. En el contexto de este proyecto, en cooperación con la OMC y los colectivos nacionales interesados, el ITC:</p>	<p>Los participantes apreciaron particularmente la sesión de formación sobre valoración aduanera, ya que quedó claro cómo deben calcular los importadores sus valores sujetos a derechos arancelarios y cómo interpretar el acuerdo de la OMC a la hora de crear el valor arancelario. El enfoque de casos prácticos fue muy valorado por los participantes, ya que, como comentaron, les permitió entender perfectamente sus necesidades inmediatas. Por último, todas las partes públicas y privadas coincidieron en que un sistema de evaluación arancelaria transparente es la clave para asegurar la previsibilidad requerida para facilitar el comercio.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
	<ul style="list-style-type: none"> • Organizará seis cursos introductorios de dos semanas sobre los acuerdos de la OMC en general y sobre asuntos relacionados con la OMC de importancia para Sri Lanka. • Organizará un curso avanzado de una semana sobre asuntos específicos de la OMC (por ejemplo, comercio de servicios). • Mejorará la capacidad de apoyo e información del Departamento de Comercio en las áreas de antidumping, medidas compensatorias y salvaguardias. Se creará una unidad especializada cuyo sistema de gestión será diseñado por el proyecto. 	<p>Con respecto a los instrumentos de defensa del comercio, los representantes gubernamentales pudieron ver con detalle las prácticas y técnicas utilizadas por las instituciones y el personal de la Comisión Europea en relación con estos instrumentos de defensa comercial. El tratamiento personalizado por parte de un equipo de abogados altamente cualificados ofreció la oportunidad a los participantes de obtener valiosa información acerca de los métodos y procedimientos de investigación de la CE, y les hizo apreciar los aspectos técnicos a la hora de calcular costes, determinar el dumping y comprender la flexibilidad que proporcionan los acuerdos de la OMC a las autoridades que aplican estos instrumentos de defensa del comercio. La combinación de una formación impartida en Bruselas y el primer taller complementario realizado en Colombo se diseñó para proporcionar a los participantes ilustraciones de dos facetas de los instrumentos de defensa del comercio (normativa y prácticas de defensa interna y externa) y para permitir que las autoridades de Sri Lanka pudieran aconsejar a sus industrias de forma eficaz si se ven afectadas por medidas de defensa del comercio en el exterior o si se ven amenazadas por prácticas desleales en Sri Lanka. Por su parte, los usuarios de los instrumentos de defensa del comercio (representantes comerciales) pudieron conocer mejor las formas y medios de utilizar o encarar posibles medidas de defensa del comercio y de cómo desarrollar estrategias apropiadas. Se facilitó un diálogo entre los sectores público y privado para asegurar un entendimiento mutuo de necesidades y preocupaciones, y una aplicación homogénea de los instrumentos de defensa del comercio.</p>
<p>Viet Nam</p> <p>Apoyo a la promoción del comercio y al desarrollo de las exportaciones</p> <p>VIE/61/94Z Suiza</p>	<p>El objetivo principal de este proyecto era ayudar al Gobierno de Viet Nam a conseguir unos objetivos de incremento de la tasa de exportaciones fijados para toda la década. Con este propósito, el proyecto prestó apoyo a VIETRADE y al Ministerio de Comercio para desarrollar una estrategia nacional de exportación y reforzar VIETRADE como punto neurálgico de la red de desarrollo del comercio nacional. Más específicamente, el proyecto reforzó la capacidad de VIETRADE para responder a las necesidades de empresas exportadoras y proporcionar formación comercial, información y servicios de asesoramiento a instituciones de apoyo al comercio y a empresas exportadoras de forma sostenible.</p> <p>El proyecto intentaba conseguir los siguientes resultados específicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Una estrategia actualizada para el desarrollo nacional de la exportación basada en la estrategia de desarrollo gubernamental, y un nuevo examen del potencial de exportación y estrategias de exportación por sectores para productos y servicios seleccionados. • Una red operativa de apoyo comercial de ámbito nacional entre el Gobierno, las instituciones de apoyo al comercio y las empresas exportadoras. 	<p>Resultado 1: Estrategias de exportación</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se han completado y aprobado estrategias de exportación sectoriales en las asociaciones de productos y guías de marketing para la exportación dentro de las empresas exportadoras en los siguientes sectores: calzado, confección, artesanía, frutas y hortalizas, mobiliario de madera, material plástico para embalaje, servicios. • Apoyo a distintos sectores para el diseño y desarrollo de productos. Se organizaron cursos especiales sobre diseño y desarrollo de productos para diseñadores que trabajan en empresas de cuatro sectores: calzado, confección, artesanía, mobiliario de madera. Se constituyeron grupos de diseñadores para una mayor promoción del diseño y desarrollo de productos en Viet Nam, en sectores clave para la exportación. <p>Resultado 2: red eficaz de desarrollo comercial</p> <ul style="list-style-type: none"> • Organización de la red. La parte más importante la componen las organizaciones de promoción y apoyo al comercio en Viet Nam: VIETRADE, Cámara de Comercio e Industria de Viet Nam, Centro de Inversión y Promoción Comercial (ITPC) y el Centro de Información Comercial del Ministerio de Comercio (VTIC). Un portal dirigido por VIETRADE hizo posible el intercambio de información sobre el apoyo al comercio. Los comités consultivos del proyecto y varios grupos de trabajo técnico se reunían cada tres meses de forma voluntaria. VIETRADE, como líder de la red nacional de promoción comercial, proporcionó asesoramiento periódico a las organizaciones provinciales de promoción comercial. La capacidad de VIETRADE se vio reforzada por el plan de desarrollo de personal, que ofreció una serie de programas de formación de 3-5 días, a menudo combinados con un seguimiento de asesoría individualizado para 20-25 miembros de VIETRADE al mismo tiempo.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
	<ul style="list-style-type: none"> • Una capacidad sostenible (desde el punto de vista financiero y técnico) de algunas instituciones seleccionadas para impartir formación y prestar servicios de consultoría en relación con el comercio tanto a instituciones de apoyo al comercio como a empresas exportadoras en todo Viet Nam. • Una capacidad de información comercial eficaz que sirva a las necesidades del Gobierno, las instituciones de apoyo al comercio y las empresas exportadoras en promoción comercial y desarrollo de la exportación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor capacidad del IAC. La evaluación de las necesidades del IAC vino seguida de una propuesta para el desarrollo de sus capacidades. El personal del IAC participó en seminarios del proyecto, en grupos de trabajo técnico y en el desarrollo de estrategias de exportación. <p>Resultado 3: Capacidad sostenible para la formación y asesoramiento comercial. Este resultado se consiguió por medio de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Talleres especializados para los IAC y para las empresas (acerca de estudios de marketing, gestión de calidad de la exportación, desarrollo de productos de exportación, promoción de ventas en la exportación), complementados con asesorías de seguimiento y repetidos en vietnamita, por parte del personal de VIETRADE, en algunas provincias. • Se formaron profesionalmente a once futuros monitores y asesores en exportación, que recibieron su correspondiente certificado, y que han elaborado material para realizar talleres piloto sobre participación en ferias de comercio, contratos y negociaciones internacionales, embalajes para exportaciones y finanzas comerciales, que ya han presentado. También se establecieron unas tarifas de mercado para ofrecer estos servicios profesionalizados de consultoría a distintas empresas. <p>Resultado 4: Capacidad de formación comercial efectiva. Este resultado se obtuvo, tras una evaluación de las necesidades y dificultades de los usuarios de cara a los proveedores, por medio de:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formación a especialistas en información comercial acerca del proceso de dicha información, organización y gestión de un servicio de información comercial y de investigación de mercado, información y análisis, formación a empresarios sobre cómo utilizar la información comercial a la hora de tomar decisiones relativas a la exportación, e identificando y evaluando las fuentes de información en los sectores más importantes de productos de exportación. • Proporcionando a VIETRADE y a su rama de servicios comerciales PROMOCEN suficiente material de información comercial como para satisfacer las necesidades de las empresas exportadoras (publicaciones, material de referencia, informes sobre productos y mercados, etc.).

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Viet Nam</p> <p>Puesta en marcha de instrumentos, formativos y prácticas para la defensa del comercio en Viet Nam</p> <p>VIE/A1/01A</p> <p>Fondo Fiduciario para Asia</p>	<p>El objetivo del proyecto es mejorar los conocimientos de funcionarios del Gobierno, representantes del sector empresarial y la sociedad civil sobre las prácticas y normas de los instrumentos de defensa del comercio, así como de sus implicaciones prácticas. Los temas y asuntos seleccionados reflejan las preocupaciones inmediatas expresadas por el Gobierno y la comunidad empresarial. El proyecto las trata con el objetivo de fomentar la capacidad comercial vietnamita.</p> <p>Los resultados clave del proyecto son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Guías sobre las prácticas y normas de los instrumentos de defensa del comercio creadas e implementadas por varios países. • Mejora de la comprensión y los métodos del Departamento de gestión de la competencia (CAD). • Mayor concienciación de la comunidad empresarial, los académicos y la sociedad civil de las implicaciones de los instrumentos de defensa del comercio. • Publicaciones seleccionadas sobre los instrumentos de defensa del comercio disponibles en el Departamento de gestión de la competencia. 	<p>Se actualizó la legislación vietnamita sobre los instrumentos de defensa del comercio. Esto hizo que se revisara la legislación adoptada sobre instrumentos de defensa del comercio para comprobar si cumplía con los requisitos de la OMC. Esta revisión exhaustiva se refleja en los textos actuales de ordenanzas, decretos y circulares vietnamitas, que se revisaron para incluir cambios en el fondo y en la forma. Además, se diseñaron y tradujeron a vietnamita plantillas de cuestionarios (elementos clave para la investigación de instrumentos de defensa del comercio) que habían sido específicamente solicitados por las autoridades vietnamitas durante la fase de aplicación. Estas plantillas fueron aceptadas por las autoridades vietnamitas.</p> <p>Mejoró el conocimiento de las reglas y procedimientos de los instrumentos de defensa del comercio por parte del recién creado Departamento de gestión de la competencia (CAD). Además, a través del proceso de aprendizaje secuencial adoptado para este proyecto (que supone una serie de talleres sobre instrumentos de defensa del comercio nacional, seguida por otra serie de talleres sobre la experiencia de otros países a la hora de aplicar los instrumentos de defensa del comercio, una línea telefónica para consultas, un viaje de estudios y la publicación de documentos actuales sobre este tema), el personal del CAD adquirió unos conocimientos sólidos de cómo realizar investigaciones de acuerdo a los requisitos de la OMC, teniendo a su vez en cuenta la realidad vietnamita. El personal del CAD también se encuentra ahora mejor preparado para asesorar a empresas vietnamitas que se enfrenten a instrumentos de defensa del comercio impuestos por otros países.</p> <p>La concienciación de la comunidad empresarial, los académicos y la sociedad civil sobre las implicaciones de los instrumentos de defensa del comercio ha aumentado. Ahora conocen perfectamente sus funciones y las circunstancias por las cuales los productores vietnamitas pueden iniciar una investigación mediante los instrumentos de defensa del comercio. También saben cuándo los exportadores pueden enfrentarse a medidas de defensa del comercio y cómo estar mejor preparados para hacer frente a dichas medidas. Se atrajo su atención sobre las consecuencias de no contar con una economía de mercado en Viet Nam.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Viet Nam</p> <p>Actualización del marco jurídico del comercio multilateral de Viet Nam</p> <p>VIE/A1/01B</p> <p>Fondo Fiduciario para Asia</p>	<p>El objetivo principal del proyecto es proporcionar las herramientas necesarias para formar al Ministerio de Comercio de Viet Nam (así como a otras instituciones públicas relevantes y a la comunidad jurídica nacional) a fin de que pueda mejorar y racionalizar sus procesos de gestión y de trabajo con vistas a su adhesión a los tratados de comercio multilaterales. Como resultado, debería incrementarse el nivel de adhesión a tratados de comercio multilaterales en Viet Nam en beneficio de las actividades de exportación e importación.</p> <p>Los resultados clave del proyecto son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mayor conocimiento de los principales instrumentos de comercio multilaterales dentro de las instituciones públicas y privadas. • Mayor eficiencia del Ministerio de Comercio (y otros ministerios relevantes) en la gestión de los instrumentos de comercio multilaterales y la identificación de los instrumentos clave que han de ser ratificados por Viet Nam. • Disponibilidad de la información en vietnamita sobre los tratados comerciales multilaterales en beneficio de la comunidad jurídica nacional. 	<p>Los principales logros de este proyecto en 2007 se pueden resumir en lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los responsables políticos identificaron 16 tratados considerados estratégicos para la economía de Viet Nam y se estudiaron con vistas a la posible adhesión del país. • Se mejoró el conocimiento sobre los tratados comerciales por parte de los responsables políticos vietnamitas y la comunidad legal, y se distribuyó información importante. <ul style="list-style-type: none"> – Se preparó un análisis de costes y beneficios de los 16 tratados estratégicos y se distribuyó un completo informe entre los responsables políticos y la comunidad legal del país. – Se tradujeron a vietnamita y se distribuyeron 11 tratados comerciales internacionales (en papel y CD-ROM). – Se desarrolló un nuevo curriculum universitario para enseñar normativa e instrumentos comerciales. • Se estableció un plan de acción para la ratificación de los acuerdos comerciales estratégicos de los que Viet Nam aún no forma parte. • Se desarrolló una estrategia para aumentar la cooperación entre ministros nacionales implicados en el proceso de ratificación y adhesión a las convenciones comerciales. <p>Se establecieron relaciones de trabajo entre el Ministerio de Comercio y los organismos internacionales que gestionan los acuerdos internacionales de comercio. También se establecieron las bases para la adhesión de Viet Nam a diversos tratados importantes de comercio multilateral. En este aspecto, los responsables políticos vietnamitas ya están tomando medidas concretas. La convención de Róterdam sobre el procedimiento de consentimiento previo informado para ciertos productos químicos peligrosos y pesticidas en el comercio internacional, considerada como un instrumento estratégico para la explotación del potencial comercial del país y estudiada en profundidad dentro del marco de trabajo del proyecto, fue ratificada por Viet Nam el 6 de mayo de 2007.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
ASIA Y EL PACÍFICO: proyectos regionales		
<p>Desarrollo de capacidades de apoyo a la formación y la consultoría sobre la GCSI en países de la ASEAN y de Asia Meridional</p> <p>RAS/61/81A Suiza</p>	<p>Este proyecto pretende desarrollar servicios sostenibles de formación y consultoría en el ámbito de la gestión de compras y suministros internacionales en 12 países de Asia Meridional y Sudoriental.</p> <p>El proyecto abarca los siguientes países: Bangladesh, Camboya, Filipinas, India, Indonesia, Malasia, Nepal, República Democrática Popular Lao, Singapur, Sri Lanka, Tailandia y Viet Nam.</p>	<p>Para este proyecto regional, el ITC se encargó de la formación de 800 monitores de 26 instituciones pertenecientes a 12 países asiáticos. Los 800 formadores se encargaron de formar a su vez a más de 12.000 empleados de distintas empresas de la región en la gestión de las compras y de la cadena suministro.</p> <p>Los cursos ofrecidos estaban basados en el Sistema Modular de Formación del ITC sobre Gestión de Compras y de la Cadena de Suministros Internacionales (SMF-GCCSI) combinando además el estudio de casos locales y material adicional específico de cada país, desarrollado dentro del contexto de este proyecto.</p> <p>El programa de certificación profesional del ITC basado en el SMF-GCCSI también se ofreció ampliamente en toda la región. Se realizaron un total de 2.000 exámenes en los países participantes en 2007, lo que supone un aumento del 40% con respecto al año anterior. Los casos prácticos siguen mostrando el impacto en el ámbito empresarial; además, las evaluaciones de los participantes indican que más del 90% de los beneficiados por el proyecto están altamente satisfechos y definen los cursos como directamente relacionados y útiles para sus trabajos.</p> <p>En 2007 vimos varios ejemplos de redes regionales, viajes de estudios a países vecinos e intercambios organizados por instituciones miembros de la red, independientes del ITC. Durante el proyecto también se establecieron acuerdos de asesoramiento a través de los cuales diversas instituciones asociadas de gran éxito y numerosos formadores ofrecían asesoramiento y capacitación a miembros de redes menos importantes de Asia y otros países en el contexto de otros proyectos del ITC.</p>
<i>Evaluación de RAS/61/81A: este proyecto entraba en el programa de evaluación general SMF-GCCSI de 2007.</i>		
<p>Unidad de Coordinación del Fondo Fiduciario para Asia</p> <p>RAS/A1/01A Fondo Fiduciario para Asia</p>	<p>El Fondo Fiduciario para Asia (ATF) es un canal para ofrecer una rápida prestación de TRTA a corto plazo, en respuesta a una necesidad inmediata identificada por el Gobierno nacional o por una organización regional. El apoyo será complementario a programas bilaterales y se ofrecerá concretamente en el contexto de las estrategias de desarrollo comercial propias del ámbito nacional y regional, para ser racionalizado en las políticas de desarrollo nacionales o regionales, incluidos los documentos sobre la estrategia de reducción de la pobreza.</p> <p>Normalmente, una intervención del ATF suele abarcar una o varias de las siguientes áreas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyo a los esfuerzos nacionales para beneficiarse de las normas y acuerdos de la OMC. • Refuerzo de las consultas entre el sector público y privado sobre aspectos relacionados con la OMC. • Elaboración de estudios analíticos sobre aspectos empresariales clave relacionados con el SCM. • Organización de talleres, foros de debate y conferencias sobre cuestiones y acuerdos del OMC. 	<p>A finales de 2007, se había completado un total de 23 proyectos del Fondo Fiduciario para Asia (ATF). Estos proyectos proporcionaron asistencia técnica en numerosas áreas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Normas, acuerdos y tratados del SCM • OTC, MSF y certificaciones • Desarrollo de la exportación • Fortalecimiento de las IAC • Formación específica en investigación de mercado del país • Identificación de las necesidades para el fortalecimiento institucional y coordinación de TRTA • Integración comercial en el ámbito regional. En cada proyecto se informa de sus logros concretos. <p>Se aportó asistencia técnica disponible en 14 países distintos. Además, se diseñaron y aplicaron dos proyectos del ATF a beneficio de los países asiáticos de ámbito subregional y regional. Un acto regional sobre agricultura ecológica, realizado en diciembre de 2007 en Bangkok, Tailandia, marcó el final del proyecto del ATF. El Fondo Fiduciario para Asia se ha ampliado hasta el 31 de marzo de 2008 para permitir una reunión final de las partes interesadas del ATF, el 6 de marzo de 2008 en Vientiane, República Democrática Popular Lao. Esta reunión tendrá lugar a continuación de la convención para la Cooperación comercial y medioambiental UE-Asia de PMA durante el 4-5 de marzo de 2008.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de capacidades sobre OTC, MSF, normalización, control de calidad y certificación para el Gobierno y los sectores empresariales. • Dotación de capacidad de formación sobre los Acuerdos de la OMC a través de talleres técnicos, enseñanza a distancia y desarrollo de materiales de formación e información nacionales y específicos de cada sector. • Prestación de asesoramiento sobre derecho mercantil internacional, negociación de contratos y arbitraje comercial. • Prestación de asistencia técnica a las organizaciones regionales para reforzar la integración comercial a nivel regional (ASEAN, SAARC). • Refuerzo de las instituciones de apoyo al comercio en áreas como la información comercial, embalaje y financiación del comercio. • Impartición de programas de formación específicos de cada país sobre análisis de mercado y adaptación de herramientas de investigación de mercado, centrándose en cuestiones relacionadas con el análisis de flujos comerciales, información de mercado y acceso al mercado. • Asesoramiento sobre las mejores prácticas en materia de gestión de las adquisiciones y la cadena de suministro para garantizar un uso rentable de los recursos. • Prestación de apoyo y asesoramiento individualizados para el desarrollo de productos y la adaptación, la promoción y el desarrollo de mercado, que abarque los sectores prioritarios como el de textiles y prendas, bebidas, cuero y productos de cuero, zumos de frutas, frutas y verduras, fibras y especias; • Desarrollo del comercio de servicios, incluidos el turismo y los servicios empresariales y profesionales. • Identificación de deficiencias de TRTA y formulación de proyectos prioritarios apropiados. 	

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
EUROPA Y CEI: proyectos nacionales		
<p>Federación de Rusia</p> <p>Apoyo al desarrollo y la puesta en marcha del sistema moscovita para la promoción de las exportaciones y las inversiones</p> <p>RUS/07/652A PNUD</p>	<p>Este proyecto es la segunda fase del proyecto MEXI (Iniciativa de exportación moscovita), financiado por el Gobierno de Moscú y llevado a cabo por el PNUD. El PNUD ha subcontratado al ITC para realizar el siguiente trabajo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Diagnosticar las necesidades empresariales y la capacidad de la Agencia de Promoción de las Exportaciones e Inversiones de Moscú (MIEPA); realizar recomendaciones acerca de la estructura necesaria para facilitar los servicios de información comercial y de promoción de las exportaciones, incluyendo una interacción entre la MIEPA y el Gobierno moscovita. • Crear un área de información comercial y el portal web pertinente dentro de la MIEPA para proporcionar servicios de información comercial estratégica a la comunidad empresarial moscovita. • Diseñar un sistema para compartir información entre la MIEPA y el Gobierno de Moscú, integrándolo en las instalaciones del sistema MEXI. 	<p>El ITC realizó una misión en Moscú y Riga, del 30 de octubre al 6 de noviembre, para evaluar las necesidades de los exportadores moscovitas, la capacidad de la MIEPA para proporcionar información comercial y servicios de promoción para la exportación, y la interacción entre la MIEPA y el Gobierno de Moscú.</p> <p>Como resultado de esta misión, el ITC elaboró un informe exhaustivo, en el que se incluían recomendaciones, dirigido a la MIEPA y solicitando su opinión. Además, el ITC se encuentra en proceso de preparación de un anteproyecto a fin de lograr la creación de un portal de información para la MIEPA, que se espera esté completado a mediados de febrero de 2008.</p>
<p>Kirguistán</p> <p>Promoción del comercio en Kirguistán – Fase II</p> <p>KYR/61/103A Suiza</p>	<p>El objetivo del proyecto es fortalecer la expansión sostenible y la diversificación de las exportaciones de las PYME en la República Kirguisa. Este proyecto pretende crear una capacidad nacional para el desarrollo comercial, centrándose en los proveedores de servicios empresariales y, al mismo tiempo, abordando las cuestiones institucionales.</p> <p>Ofrece una respuesta de cooperación técnica completa e integral a necesidades prioritarias identificadas en cooperación con el Gobierno de la República Kirguisa durante la fase preparatoria del proyecto (RER/61/85). La fase concluyente del proyecto se ha diseñado en función de los resultados de la implantación del proyecto KYR/61/91 (2004-2005) y las recomendaciones proporcionadas por un evaluador independiente designado por la SECO (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de Suiza). Las intervenciones se basan en la demanda y giran en torno a tres pilares formulados como objetivos inmediatos:</p>	<p>En 2007 se alcanzaron los siguientes progresos con respecto a los objetivos marcados:</p> <p>Objetivo 1. Seis empresas de la República Kirguisa participaron en la feria internacional de alimentación de Moscú PRODEXPO 2007, donde se firmaron diversos contratos de exportación. Se preparó un informe de análisis de necesidades de las empresas seleccionadas para que cumplieran con los requisitos de la norma ISO 22000. Se estableció un plan de APPCC y un sistema de control de las empresas. Se calculó la relación precio-coste del producto; se completó un plan de proyección para las empresas. Se finalizaron acciones de mejora y planes de seguimiento para empresas piloto.</p> <p>Objetivo 2. Se formó a representantes de empresas consultoras y empresas asociadas en el sistema de gestión de seguridad alimentaria, de acuerdo con la norma ISO 22000 y en el sistema de gestión de calidad de acuerdo con la norma ISO 9001. El proveedor de servicios empresariales local mejoró su formación en el proceso de preparación de las empresas para su participación en la feria de comercio.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivo inmediato 1: Mejorar la competitividad de exportación de las empresas del sector de la transformación de productos agrícolas, en campos en los que dicha competitividad viene determinada por actividades en el ámbito empresarial (tales como el diseño de productos, la gestión de la calidad y la seguridad o el marketing). • Objetivo inmediato 2: Reforzar las organizaciones de servicios de apoyo empresarial a través de un incremento de la calidad y de la diversidad de sus servicios, lo que puede ayudar a los exportadores futuros y actuales a adquirir mayor competitividad en las exportaciones. Este proyecto también contribuirá a mejorar la infraestructura de las normas, control de calidad, acreditación y metrología (NCAM) y ayudará a las asociaciones del sector a ganar reconocimiento público y a incrementar su capacidad para ofrecer servicios selectivos a miembros y no miembros. • Objetivo inmediato 3: Apoyar la finalización y la implantación de la estrategia sectorial de exportación, y su integración en un marco de consultas sostenidas entre el sector público y el privado, sobre el desarrollo del comercio. 	<p>Se organizó la pertenencia correspondiente al Instituto nacional de normalización y metrología de la Organización Internacional de Metrología Legal para 2007. Se formó al Consejo de acreditación acerca de su papel en el Consejo encargado de la reforma del sistema de acreditación (se formó a un total de 18 asistentes, de los que 12 eran mujeres). Se preparó un plan de acción para 2007-2009, señalando los pasos necesarios para que el órgano de acreditaciones pasara a ser miembro de pleno derecho de la Cooperación Internacional de Acreditación de Laboratorios.</p>
<p>Rumania</p> <p>Programa de formación y trabajo de campo: desarrollo de gestión empresarial en Rumania</p> <p>ROM/61/02B</p> <p>Suiza</p>	<p>El programa consta de tres talleres. ITC instruirá a los participantes sobre cómo impartir formación y prestar servicios de consultoría de alta calidad a empresas para crear estrategias competitivas, exportar a los mercados europeos y a otros mercados, y utilizar las soluciones de tecnologías de la información para aplicaciones empresariales.</p> <p>Los participantes se beneficiarán del sistema de gestión comercial del ITC (BMS) y de las herramientas de software relacionadas. Este sistema permite a los usuarios integrar todos los aspectos de la gestión comercial, adecuando la estrategia y los objetivos de la empresa con su marketing y su capacidad de producción, así como la gestión de las exportaciones y operaciones de venta. Los socios del ITC utilizan BMS en todo el mundo para detectar problemas de gestión, realizar diagnósticos rápidos y relevantes, y desarrollar formaciones y servicios de consultoría para corregir dichos problemas.</p> <p>El programa está dirigido a consultores de gestión y asesores en exportación de instituciones comerciales públicas o privadas, asociaciones y consultores individuales. Se centra en cuatro sectores: mobiliario de madera, fabricación de prendas, software informático y agricultura ecológica.</p>	<p>Se realizó un programa completo de formación en dos localidades de Rumania en 2007, bajo el nombre “Programa de desarrollo de gestión empresarial en Rumania” (subcontratado por la Oficina para los Estados Árabes, Europa y la CEI – OASEC – a la EMDS).</p> <p>Tuvieron lugar dos talleres de cuatro días en Sf. Gheorghe y en Cluj durante el mes de febrero de 2007 acerca de “La competitividad internacional de las PYME y el diseño de estrategias”; en Sf. Gheorghe se formó a 28 personas y en Cluj a 24 asistentes. Los participantes realizaron trabajos de campo al final de cada taller bajo la supervisión de la EMDS. Los socios de la EMDS sobre el terreno fueron NASMEC, la Agencia nacional para pequeñas y medianas empresas, y la Cámara de Comercio de Cluj. La asociación de BMS en Bucarest, por medio de sus consultores expertos, ayudó a la EMDS en la formación de los nuevos participantes en el trabajo de campo.</p> <p>En abril y junio de 2007 se realizaron dos talleres acerca de “La creación de habilidades diagnósticas para PYME”. Los mismos participantes fueron formados en la herramienta Snapshot y en temas de diagnóstico tras haber completado el trabajo de campo sobre estrategia.</p> <p>La apreciación general de los participantes en los dos talleres fue muy satisfactoria. Los formularios de evaluación completados por los asistentes durante el último día de cada taller mostraron que encontraban las nuevas competencias y tecnologías muy útiles para su trabajo. Utilizarán la metodología y herramientas informáticas de diseño de estrategias de BMS para ayudar a otras empresas de sus sectores a ser más competitivas.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Rumania</p> <p>Desarrollo sostenible de las exportaciones en Rumania</p> <p>ROM/61/102A</p> <p>Suiza</p>	<p>El proyecto pretende la mejora continua de la competitividad de las empresas orientadas a la exportación de Rumania. Se basa en las prioridades identificadas en la Estrategia de Exportación Nacional, los resultados del análisis de deficiencias de los BDS, y las conclusiones y lecciones aprendidas de proyectos anteriores del ITC en Rumania.</p> <p>El proyecto funcionará a nivel inferior, intermedio y superior:</p> <ul style="list-style-type: none"> • A nivel superior, apoyará los esfuerzos del Gobierno para gestionar de manera adecuada y efectiva la implantación de la Estrategia de Exportación Nacional (NES) para garantizar que se logra el máximo impacto en cuanto a la visión, los objetivos y las metas de la NES. • A nivel intermedio, el proyecto mejorará las habilidades, capacidades y posibilidades de los proveedores de servicios de desarrollo de la exportación (EDS) para establecer contactos. • A nivel inferior, los proveedores de EDS locales formados por el proyecto ofrecerán servicios de desarrollo de la exportación (ej., información comercial, formación, capacitación, consultoría) a las empresas rumanas mediante proyectos piloto, con el respaldo del ITC. <p>Las intervenciones a nivel específico se centrarán en cuatro sectores prioritarios: software, confección, mobiliario de madera y agricultura ecológica.</p>	<p>Entre los logros de 2007, cabe destacar:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia nacional de exportación. Tras dos años, se estimó que el 68,6% de la estrategia nacional de exportación de cinco años se había llevado a cabo conforme a las expectativas. La estrategia fomentaba la creación de redes entre instituciones y empresas privadas, ayudaba a aumentar la base de exportadores y diversificaba las exportaciones a nuevos sectores. El ITC supervisó el proceso de aplicación de la estrategia nacional de exportación y proporcionó asistencia para el diseño de dos estrategias regionales de exportación, perfectamente aplicables a otras regiones de Rumania. Los responsables de crear estrategias fueron formados para preparar estudios de evaluación del potencial de exportación en distintos sectores, ofreciendo la asistencia necesaria para realizar los ajustes necesarios y conseguir la validación por parte de la estrategia nacional de exportación. El estudio de evaluación de la competitividad comercial preparado por el ITC, con importantes aportaciones de homólogos rumanos, se utilizó como documento de fondo para la actualización de la estrategia nacional de exportación, asegurando que todas las partes implicadas disponían de los últimos indicadores y análisis de competitividad sobre los cuales basar sus decisiones. • Capacidad para generar proveedores de servicios de desarrollo de la exportación en Rumania. Se completaron todas las actividades de formación genérica planificadas. Se han puesto en marcha actividades sectoriales específicas en los sectores del mobiliario de madera, la confección y la agricultura ecológica, y se están ajustando actualmente de acuerdo a la evolución de la demanda. Todo ello se está verificado a través de misiones de asesoría especializada en Rumania y consultas sistemáticas a socios del proyecto en el país. • Gestión de la información comercial. El Consejo Nacional de Exportaciones ha respaldado la idea de crear un portal y una red de información comercial desarrollados conjuntamente con el ITC. La empresa encargada de desarrollar y mantener el portal ha sido seleccionada y contratada por el Gobierno (tras un proceso de licitación) basándose en las recomendaciones del ITC, y comenzará con la creación del portal a principios de 2008, bajo supervisión de expertos del ITC.
<p>Tayikistán</p> <p>Promoción del comercio en Tayikistán – Fase II</p> <p>TAJ/61/104A</p> <p>Suiza</p>	<p>El objetivo del proyecto es fortalecer la expansión sostenible y la diversificación de las exportaciones de las PYME en Tayikistán. Pretende la creación de una capacidad nacional para el desarrollo comercial, centrándose en los proveedores de servicios empresariales, a la vez que se abordan las cuestiones institucionales. Ofrece una respuesta de cooperación técnica completa e integral a necesidades prioritarias identificadas en cooperación con el Gobierno de Tayikistán durante la fase preparatoria del proyecto (2002 – 2003). La fase concluyente del proyecto se ha diseñado en función de los resultados de la implantación del proyecto (2004-2005) y las recomendaciones proporcionadas por un evaluador independiente designado por la SECO (Secretaría de Estado para Asuntos Económicos de Suiza).</p> <p>Las intervenciones se basan en la demanda y giran en torno a tres pilares formulados como objetivos inmediatos:</p>	<p>Logros de 2007 en relación a los objetivos propuestos:</p> <p>Objetivo 1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cinco empresas de Tayikistán participaron en la feria internacional de alimentación de Moscú PRODEXPO 2007, donde firmaron diversos contratos de exportación. Se preparó un informe de análisis de necesidades de las empresas seleccionadas para que cumplieran con los requisitos de la norma ISO 22000. Se estableció un plan de APPCC y un sistema de control PRP. Se calculó la relación precio-coste del producto; se completó un plan de proyección para las empresas. Se finalizó la formulación de acciones de mejora y planes de seguimiento para seis empresas piloto. <p>Objetivo 2</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se formó a representantes de empresas consultoras y otras empresas asociadas en la gestión de seguridad alimentaria, gestión de la calidad y cadena de suministro. Se suministró a los proveedores de servicios empresariales locales acceso a TradeMap, una herramienta desarrollada por el ITC.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
	<ul style="list-style-type: none"> • Objetivo inmediato 1: Mejorar la competitividad de exportación de las empresas del sector de la transformación de productos agrícolas, en campos en los que dicha competitividad viene determinada por actividades en el ámbito empresarial (tales como el diseño de productos, la gestión de la calidad y la seguridad o el marketing). • Objetivo inmediato 2: Reforzar las organizaciones de servicios de apoyo empresarial a través de un incremento de la calidad y de la diversidad de sus servicios, lo que puede ayudar a los exportadores futuros y actuales a adquirir mayor competitividad en las exportaciones. Este proyecto también contribuirá a mejorar la infraestructura de las normas, control de calidad, acreditación y metrología (NCAM) y ayudará a las asociaciones del sector a ganar reconocimiento público y a incrementar su capacidad para ofrecer servicios selectivos a miembros y no miembros. • Objetivo inmediato 3: Consolidar el diálogo emergente entre el sector público y el privado sobre el desarrollo y la implantación de estrategias de exportación sectoriales y nacionales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Se asesoró a TajikStandard para que pudiera formar parte de la norma ISO y de la OIML. • Se revisó la ley preliminar sobre normativa técnica y se realizaron recomendaciones para su mejora. • 25 representantes de distintos ministerios y organismos participaron en dos reuniones de las partes interesadas relativas a la mejora de la infraestructura de regulación y calidad nacional. • Se propusieron recomendaciones para la optimización de la infraestructura de calidad nacional (NQI) y las funciones de vigilancia del mercado. • Se impartió formación a 18 empleados de los laboratorios de pruebas alimentarias de Tajikstandart en Dushanbe y Khujand, de ellos 11 mujeres, sobre la norma ISO/IEC 17025:2005. <p>Objetivo 3</p> <ul style="list-style-type: none"> • El proyecto ayudó a crear el directorio de exportadores de Tayikistán <i>Export Directory of Tajikistan</i> (www.exportdir.tj).

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE: proyectos nacionales		
<p>Bolivia</p> <p>Cooperación técnica multifuncional para el desarrollo y promoción de exportaciones.</p> <p>BOL/61/100A Suiza</p>	<p>Se trataba de la fase final del proyecto BOL/61/80, que se centró en la diversificación de los productos y mercados de exportación en los que Bolivia tiene ventajas competitivas. El objetivo de sus actividades era el fortalecimiento y la mejora de la oferta de servicios de exportación del país para el desarrollo empresarial.</p> <p>Este proyecto incluía los siguientes pasos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Formación para proveedores de servicios. • Apoyo de los proveedores de servicios a los exportadores mediante el control y el asesoramiento personal. <p>La selección de socios locales se basó en la experiencia adquirida durante la implantación del proyecto BOL/61/80. Estos socios eran las cámaras de exportadores, instituciones de enseñanza y proveedores de servicios independientes.</p> <p>El proyecto se centró en las regiones de Cochabamba, Santa Cruz, La Paz y Beni-Pando. Los principales sectores no tradicionales que se beneficiaron del mismo fueron: la quinoa, la fabricación de muebles, los productos ecológicos y la joyería.</p>	<p>El proyecto establecía un programa de evaluación y control, que incluía la definición de la información de referencias e indicadores y de los datos generados. A continuación se enumeran algunas de las actividades realizadas:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La constitución de plataformas profesionales de desarrollo empresarial integradas en las cámaras de exportadores, que recibieron formación sobre el uso de 28 herramientas de exportación. Un total de 70 profesionales, principalmente personal de las cámaras de exportadores, recibieron formación y 28 de ellos obtuvieron una certificación. • Creación del Organismo Boliviano del Envase y Embalaje, cuya aportación al proyecto es una de las más importantes. El Organismo está actualmente consolidando sus operaciones. Ha sido aceptado como miembro en la Unión Latinoamericana de Embalaje (ULADE) y de la World Packing Organization (WPO). <p>La incidencia general del proyecto, durante sus dos fases (2001-2005 y 2006-2007), se refleja en la mejora de los resultados de las PYME receptoras. Así, entre 2001 y 2006, los beneficiarios del proyecto experimentaron un aumento de las exportaciones del 116%, superior en casi un 40% al ascenso del 77% de las exportaciones del sector en su conjunto. Además, la utilización por parte de las PYME de su capacidad industrial aumentó por encima del 10% y se dio trabajo a más de 900 nuevos empleados.</p> <p>Una consecuencia directa del desarrollo del mercado ha sido la diversificación de mercados. Se abrieron ocho nuevos mercados, entre los que cabe citar: el mercado ecológico de la nuez, el sésamo y las alubias brasileñas; la industria de la repostería para la pasta de nuez; y los mercados para manufacturas de madera en la Unión Europea, así como en países como los Emiratos Árabes Unidos.</p> <p>Las PYME que participaron en el programa de desarrollo de mercado en Suiza y en la Unión Europea obtuvieron contratos de exportación por valor de \$EE.UU. 4,3 millones; se esperaba que durante los seis meses siguientes se realizaran operaciones adicionales hasta sumar \$EE.UU. 6,8 millones.</p>
<p>Brasil</p> <p>Mejora de la competitividad de las empresas brasileñas mediante la promoción de las exportaciones y la inversión</p> <p>BRA/99/031A UNDP</p>	<p>El proyecto se proponía fortalecer la competitividad internacional de las empresas brasileñas, y concretamente las PYME, para aumentar su participación en las exportaciones de Brasil, ampliando así la base de oferta de exportaciones del país y mejorando las relaciones con compradores e inversores extranjeros de determinados sectores.</p>	<p>El proyecto terminó en septiembre de 2007. A continuación se enumeran los principales logros en el fortalecimiento de la plataforma basada en la web para la promoción comercial (BrazilTradeNet - BTN):</p> <ul style="list-style-type: none"> • La puesta en marcha de las cuatro herramientas del ITC para el análisis de mercados, lo que dio lugar a un incremento de las visitas a BTN hasta superar las 14.000 en 2007. • El despliegue de los componentes básicos de la nueva infraestructura –Global Trade Information Backbone (GTIB)—de información comercial en BTN. • La automatización de los informes sobre comercio bilateral utilizando datos de COMTRADE, EIU, el FMI y ALICE. • La automatización de la recopilación de noticias de distintas fuentes para BTN.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Haití</p> <p>Fortalecimiento de las capacidades nacionales para la exportación de frutas tropicales e iniciativa piloto para la reducción de la pobreza con la exportación de mangos</p> <p>HAI/37/16A Italia</p>	<p>El propósito de este proyecto es:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apoyar la promoción de las exportaciones de mango basándose en un mejor conocimiento de las restricciones y las oportunidades que presentan la oferta nacional y la demanda internacional. • Ofrecer apoyo técnico a las partes implicadas a fin de que puedan percatarse mejor de las limitaciones inherentes, y aprovechar en mayor medida las oportunidades existentes en los mercados externos. • Ayudar a las comunidades que lo necesiten a organizar y fortalecer sus capacidades de producción según las normas de calidad de los mercados de exportación y a negociar mejores precios. 	<p>Se realizó un estudio de la oferta y se identificaron soluciones para las principales limitaciones de la infraestructura de comercio. Esta información, junto con datos adicionales sobre los mercados internacionales (sobre todo en Europa) se dio a conocer en el país. Además, se crearon capacidades en Haití para realizar investigaciones estratégicas de mercado, con especial énfasis en los mangos. Las actividades realizadas hasta la fecha se han centrado en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Evaluar la situación actual de Haití en relación con la producción y las exportaciones de mango. • Identificar a las partes interesadas locales involucradas en el proceso de exportación (cultivadores, transportistas, envasadores, intermediarios, exportadores, etc.). • Comprender los planes de producción, las técnicas de cultivo y la situación del transporte del país. • Revisar las condiciones de exportación y las posibilidades de transporte de Haití a Europa. A este respecto, se va a firmar un acuerdo con el Gobierno de la República Dominicana, por el que se autorizará a los exportadores de mango haitianos a transitar por territorio dominicano y utilizar puertos de ese país para exportar.
<p>Perú</p> <p>Desarrollo empresarial en la zona fronteriza de Perú y Ecuador (Fase I)</p> <p>PER/94/02A Perú (Fondo Binacional Perú-Ecuador)</p>	<p>El objetivo del proyecto es fortalecer las capacidades de las instituciones de apoyo al comercio (IAC) locales para promover la creación de empresas y la prestación de servicios de apoyo a las empresas instaladas en el territorio, mejorando de este modo su potencial de exportación.</p> <p>La fase I del proyecto centró su intervención en los Departamentos de Piura y Tumbes (Perú) y trató de proporcionar a las instituciones seleccionadas conocimientos sólidos en materia de gestión de empresas. Este objetivo se alcanzó con la creación de un grupo de formadores y apoyando a las instituciones encargadas de difundir estos conocimientos.</p> <p>Con el fin de crear un impacto duradero, más allá de la duración del proyecto, se han proporcionado conocimientos y herramientas a las instituciones de apoyo al comercio de la región desde el inicio del proyecto. Durante la ejecución de la fase I se lanzó la fase II, que tendrá un planteamiento más global y abordará un grupo más amplio de cuestiones.</p> <p>La fase II, a cuya implementación se han destinado nuevos fondos, se ampliará posiblemente a la región meridional de Ecuador.</p>	<p>A continuación se enumeran algunas de las actividades realizadas durante la fase I y la fase II:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación de capacidades locales para promover la creación de empresas y ofrecer servicios de apoyo a empresas mediante la formación de asesores en las regiones de Piura y Tumbes (Perú) sobre el uso de las herramientas de diagnóstico y referencia de la Sección de Desarrollo de la Gestión Empresarial (EMDS) y mediante la profesionalización de la prestación de servicios de asistencia técnica. • Formación de profesores de la Universidad de Piura en el uso de las herramientas de asesoramiento con el fin de intensificar la participación de las instituciones locales en el apoyo a las empresas de la región fronteriza entre Perú y Ecuador. • En la fase II, prestación de servicios de asistencia técnica relacionada con el comercio a PYME con actividad en la región fronteriza. La fase II se puso en marcha para mejorar las habilidades de gestión de las PYME en la región norte de Perú, sobre todo en la ciudad de Piura. El proyecto ayudó a las empresas ofreciendo asistencia técnica y formación a fin de permitirles alcanzar estándares de producción suficientes, así como identificar y responder a nuevos mercados en el extranjero. • Los servicios de los asesores que fueron formados durante la primera fase del proyecto se utilizaron para crear una capacidad local de ayuda a las PYME.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
Trinidad y Tabago Asistencia en la reestructuración institucional de BDC TRI/79/01A Business Development Company Ltd of Trinidad & Tobago	<p>El objetivo de este proyecto es reforzar la capacidad institucional de Business Development Company Limited (BDC) de Trinidad y Tabago con el fin de integrar la función de promoción del comercio, anteriormente llevada a cabo por TIDCO. Los términos de referencia de la fase I de la intervención del ITC son los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Crear un servicio de información para prestar servicios de información comercial estratégica a los clientes de BDC pertenecientes a la comunidad empresarial. • Proporcionar asesoramiento técnico sobre la organización estructural de BDC, con el fin de facilitar servicios tanto de información comercial como de promoción de la exportación. 	<p>Se realizó una misión de evaluación y diagnóstico, y en agosto de 2007 se presentó un informe a BDC con conclusiones y recomendaciones. Las recomendaciones incluían el reposicionamiento de BDC como punto central nacional para la promoción de la exportación, el establecimiento de un servicio de información comercial dentro de BDC y la formación tanto de su personal como de los exportadores.</p> <p>BDC aceptó en principio las recomendaciones y los planes para crear un servicio virtual de información comercial en el tercer trimestre de 2008. También tiene previsto poner en marcha, con la asistencia del ITC, servicios de formación y asesoramiento sobre marketing de exportaciones, y la prestación de servicios de apoyo al comercio así como de servicios de información.</p>
Uruguay Creación de estrategias sectoriales SHAPE Uruguay URU/96/01A Uruguay	<p>El ITC fue invitado por la Dirección de Proyectos y Desarrollo (DI.PRO.DE), dependiente de la oficina de Planeamiento y Presupuestos (OPP) de la presidencia de Uruguay, para ayudar al sector textil y del vestido a diseñar una estrategia de desarrollo comercial utilizando el proceso SHAPE.</p> <p>El Gobierno de Uruguay ha firmado un protocolo de intenciones con el ITC por el cual le pagará \$EE.UU. 58.000 por el coste del proceso, además de las contribuciones en especie para cubrir las actividades celebradas en Uruguay, como salas para talleres, refrigerios, un equipo de apoyo y un coordinador, materiales y equipo técnico.</p> <p>* Oficina de Planeamiento y Presupuesto, Dirección de Proyectos de Desarrollo.</p>	<p>Se elaboró un plan estratégico y de implantación para el sector textil y del vestido de lana tejida y tricotada, que contó con el apoyo de las cámaras de comercio, los sindicatos, las principales empresas y el Grupo Gestor y Coordinación. El Ministerio de Desarrollo Industrial debía haber presentado la estrategia en el Parlamento en marzo de 2007. Las partes interesadas prepararon la estrategia final para que fuera publicada y debatieron sobre la asignación de los \$EE.UU. 500.000 aportados por el BID para su implantación. El Gobierno declaró públicamente su apoyo a la industria, así como su intención de contribuir a la financiación de algunas de las actividades de la estrategia. Otras aportaciones y resultados del ITC incluían un informe exhaustivo sobre oportunidades de mercado que fue entregado a PYME fabricantes y exportadoras a través del MDS y la IPSMS.</p> <p>La estrategia y planificación de la implantación se han completado y se está organizando la puesta en marcha de la estrategia. La formación de especialistas en estrategia en la institución asociada en Uruguay comenzó, pero se interrumpió debido a la reestructuración de departamentos gubernamentales. Se celebraron tres talleres destinados a una amplia gama de partes interesadas del sector de la lana, el textil y el vestido. Los talleres fueron impartidos conjuntamente por asesores de OPP-DIPRODE, que recibieron formación del ITC en el proceso de desarrollo estratégico. Este apoyo constituyó una contribución adicional del Gobierno de Uruguay a la labor del ITC. El Gobierno de Uruguay financió esta actividad concreta del proyecto.</p> <p>Se llevó a cabo la adaptación del manual SHAPE para América Latina.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
PROYECTOS INTERREGIONALES Y MUNDIALES		
PACCIA/PACT Fase II del proyecto paraguas INT/20/97A Canadá	<p>Este proyecto paraguas abarca la coordinación general del programa PACT, así como actividades de programación relacionadas con la iniciativa de PACT para mujeres emprendedoras en el ámbito del comercio (ACCESS).</p> <p>Los objetivos y las prioridades del programa PACCIA/PACT coinciden con los objetivos de NEPAD*: ayudar a los países a erradicar la pobreza; mejorar la competitividad comercial de los países africanos; acelerar la capacitación de las mujeres; colocar a los países africanos en la senda del desarrollo y el crecimiento sostenible; y frenar la marginación de África en el proceso de mundialización y mejorar su integración plena y favorable en la economía mundial.</p> <p>*Nueva Asociación Económica para el Desarrollo de África</p>	<p>En 2007, los resultados del proyecto, que se resumen a continuación, se centraron en países concretos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instituciones: Aumento y mejora de la capacidad de organizaciones, asociaciones y proveedores de servicios comerciales para promover el desarrollo de productos y mercados a escala nacional e internacional: • Formación de capacidad humana: mejora de los conocimientos, las habilidades y la interrelación entre empresas en la comunidad empresarial Africana. • Género: mejora del acceso por parte de las mujeres a la formación en exportación y a oportunidades de negocio internacionales. <p>Resultados</p> <ul style="list-style-type: none"> • Instituciones de apoyo al comercio: 5 organizaciones comerciales capacitadas para preparar y prestar servicios apropiados a sus clientes; • Desarrollo de aptitudes humanas: 156 personas formadas directamente en el marco del programa PACT, incluidas 16 mujeres incluidas en la iniciativa ACCESS. • Vínculos internacionales: 13 vínculos internacionales creados en Etiopía, Malí y Mozambique.
<p>“Guía de Exportadores de Algodón” y promoción del algodón de África Occidental en Asia</p> <p>INT/24/85A Dinamarca</p>	<p>El primer y más importante objetivo de este proyecto es ofrecer a los cultivadores y comerciantes de algodón africanos una guía práctica y realista sobre cómo hallar nuevos socios empresariales en los mercados mundiales. La “Guía de Exportadores de Algodón” será un documento de referencia para los exportadores de algodón y especialmente para los pequeños cultivadores y comerciantes, sobre cómo exportar algodón al mundo. Abordará las cuestiones prácticas relacionadas con el comercio de las PYME productoras de algodón. Una parte importante de la guía se centrará en los nuevos mercados de algodón de Asia y la mejor forma de introducirse en ellos.</p> <p>El segundo objetivo de este proyecto es ayudar a una serie de cultivadores y comerciantes de algodón seleccionados de África occidental a hallar nuevos mercados en Asia, concretamente en China.</p>	<p>Se terminó la redacción de la “Guía de Exportadores de Algodón”, cuyo primer ejemplar se presentó al sector del algodón durante la reunión anual del Comité Consultivo Internacional del Algodón celebrada en la ciudad turca de Izmir en octubre de 2007. La opinión de todas las partes de la comunidad del algodón fue positiva y en la actualidad se están celebrando conversaciones para crear una escuela “itinerante” del algodón basada en la Guía.</p> <p>Por otra parte, se redactó un informe técnico “Organic Cotton: An Opportunity for Trade”, que se presentó a la comunidad del algodón durante la Conferencia Internacional del Algodón de China.</p> <p>Se llevaron a cabo cuatro actividades de cooperación Sur-Sur destinadas a mejorar la transparencia del mercado y a ofrecer los productores y exportadores de algodón africanos los conocimientos técnicos, las tecnologías y las oportunidades de mercado de Asia. Estas actividades se realizaron en China, India, la República de Corea y Turquía. Exportadores africanos procedentes de las regiones occidental y oriental del continente recibieron formación sobre tecnologías agrícolas, ganaderas y de producción en China e India y la posible adaptación de las mismas a la situación africana. Se trató además la cadena de valor del algodón en su totalidad y los exportadores recibieron información completa sobre cómo transformar algodón en China, India, la República de Corea y Turquía. Por último, en estos cuatro mercados, los exportadores de algodón africanos se reunieron con importadores y usuarios (hilanderías) y tuvieron la oportunidad de conocer a fondo cómo promover su algodón y obtener pedidos de exportación en estos mercados.</p> <p>Como consecuencia, se iniciaron varios protocolos de intenciones (por ejemplo, uno entre instituciones chinas y Madagascar y otro entre un centro politécnico de formación textil y de moda coreano y Senegal), se adquirió equipo y factores de producción para el algodón a buenos precios en China e India, y se negociaron los primeros pedidos de exportación entre importadores turcos y exportadores africanos.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Aspectos jurídicos del comercio exterior</p> <p>INT/27/07A</p> <p>Francia</p>	<p>El proyecto tiene los siguientes objetivos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Divulgar de manera sistemática, a través de las instituciones comerciales nacionales, textos legales, contratos modelo, servicios de resolución de litigios, etc. sobre derecho comercial internacional. • Diseñar contratos modelo válidos en todo el mundo para las PYME donde sea necesario. • Optimizar el papel de los centros de arbitraje comercial con especial atención a las pequeñas disputas. • Contribuir a los esfuerzos de armonización regional de las leyes del comercio. • Contribuir a la reforma de la legislación comercial de países específicos donde la comunidad empresarial lo necesita con urgencia. • Informar y ayudar a los gobiernos y comunidades empresariales nacionales a actualizar la ratificación de los tratados internacionales esenciales relativos al comercio. • Permitir la creación de asociaciones de abogados empresariales. 	<p>Los principales logros registrados en 2007 fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Divulgación sistemática, a través de las IAC, de textos legales, contratos modelo, servicios de resolución de litigios, etc. sobre derecho de comercio internacional. El proyecto permitió la actualización periódica de <i>Juris international</i>, la base de datos jurídica multilingüe del ITC (término de búsqueda en Google: “contratos internacionales”). • Optimización de la función de los centros de arbitraje comercial con especial atención a las pequeñas disputas. El proyecto: <ul style="list-style-type: none"> – Contribuyó a la creación de la Asociación para la Promoción del Arbitraje en África. – Apoyó la publicación del <i>Cameroonian Arbitration Review</i> (con diez años de andadura, ésta es la única publicación africana sobre arbitraje). – Promovió la cooperación efectiva entre instituciones africanas de arbitraje. – Permitió la publicación online de normas de arbitraje/medición de 130 instituciones (www.jurisint.org). • Contribución a los esfuerzos de armonización regional de las leyes del comercio. La “<i>Guide juridique de l’entrepreneur dans l’espace OHADA</i>” del ITC está ya a disposición de más de 300 jóvenes emprendedores de Benin, Camerún, Malí y Senegal (incluidas varias mujeres y pequeñas empresas del sector informal) y constituye una útil herramienta para un mejor conocimiento de la nueva legislación armonizada y para sacar todo el provecho posible de la misma (las leyes OHADA* favorecen el desarrollo del sector privado) y evitar innecesarias disputas comerciales. • Contribución a la reforma de la legislación comercial de países específicos donde la comunidad empresarial lo necesita con urgencia; se celebraron contactos preliminares con las autoridades nacionales y posibles donantes de fondos para la reforma de la legislación comercial en Haití y Santo Tomé y Príncipe. • Información y ayuda a los gobiernos y comunidades empresariales nacionales para actualizar la ratificación de los tratados internacionales esenciales relativos al comercio. El proyecto contribuyó a la puesta en práctica de proyectos de asistencia técnica destinados a reforzar entornos comerciales y a reducir los costes de transacción en Viet Nam, Madagascar y Mozambique y, a escala regional, en los países participantes en el programa JITAP, mediante la adhesión/implantación de normas comerciales multilaterales. Más concretamente, en Viet Nam se identificaron 40 normas comerciales multilaterales consideradas estratégicas para las exportaciones. Se realizaron estudios de coste/beneficio de 16 normas comerciales multilaterales prioritarias, que también se tradujeron al vietnamita. Se aprobó un plan de acción para la adhesión a esos tratados estratégicos. Como consecuencia, Viet Nam incorporó 3 normas comerciales multilaterales a su marco jurídico, de tal forma que su entorno comercial nacional es ahora más predecible y está más en consonancia con las normas internacionales. <p>*Organisation pour l’Harmonisation en Afrique du Droit des Affaires.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Asesoramiento sobre la gestión de suministros importados</p> <p>INT/27/08A Francia</p>	<p>El proyecto tiene objetivos dobles:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Aumentar la preparación para la exportación de las PYME mejorando sus capacidades de gestión de la cadena de compras y suministros y sus competencias a través de la formación y el asesoramiento. • Mejorar la eficacia de las operaciones de contratación pública para obtener “valor a cambio de dinero” mediante la divulgación de buenas prácticas y la posterior formación y asesoramiento de compradores públicos. 	<p>En 2006 se organizó un viaje de estudios en varios países de África Occidental (Benin, Ghana y Senegal). En 2007, dicho viaje tuvo como resultado la presentación a ProInvest de un documento de proyecto del ITC para la financiación de “actividades de aprendizaje práctico de gestión de la cadena de suministro” en Benin y Senegal.</p> <p>El panel de selección de ProInvest ha escogido el documento de proyecto, por lo que se espera recibir una financiación que permitiría la realización de las actividades previstas en ambos países.</p>
<p>Financiación Mediterránea del Comercio: fortalecimiento de las capacidades de financiación comercial, mecanismos de transferencia de dinero y pagos electrónicos</p> <p>INT/37/18A Italia</p>	<p>El proyecto Financiación Mediterránea del Comercio está diseñado para ampliar las actividades regionales de financiación comercial del ITC en el Mediterráneo y hacerlo a partir de las experiencias, actividades y vínculos de creación de redes desarrollados durante el proyecto plurianual “Mediterráneo 2000”.</p> <p>Pretende también optimizar el impacto de los proyectos relevantes del ITC como “Financiación Innovadora”, el Foro Regional de Comercio Electrónico, Mecanismos de dinero y pagos electrónicos y la publicación e-Finance Navigator en esta región.</p> <p>La meta principal del proyecto de Financiación Mediterránea del Comercio (teniendo en cuenta el reciente Plan de Acción del G8 y el Consenso de Monterrey) es la utilización de programas innovadores – “plataformas digitales” incluidas– para mejorar los préstamos a las PYME, fortalecer los mecanismos de financiación nacionales y reducir los costes de las transferencias de dinero para acelerar el acceso a los recursos financieros para las PYME. El proyecto también facilitará la captación de las PYME en el área de iniciativas de comercio electrónico y, a su debido tiempo, la participación en los mercados electrónicos emergentes.</p>	<p>Se realizó un estudio mediante el que se evaluaron las limitaciones y necesidades de la financiación del comercio en los 10 países mediterráneos incluidos en el proyecto. Para la redacción del documento se realizó una intensa labor de investigación y se utilizaron los Indicadores de finanzas comerciales del ITC, así como datos de partes interesadas con las que se celebraron reuniones en Túnez, Marruecos y Egipto.</p> <p>En octubre de 2007, el ITC firmó un acuerdo con el banco para las PYME de Túnez, el Banque de Financement des PME (BFPME), con el fin de desarrollar una aplicación LoanCom adaptada al contexto tunecino. [LoanCom es una innovadora herramienta de evaluación de préstamos desarrollada por el ITC, que tiene en cuenta competencias de gestión, además de criterios financieros. De esta forma, LoanCom mejora el acceso a financiación de las PYME mitigando al mismo tiempo el riesgo asociado a los préstamos.] Se celebraron reuniones con los responsables de préstamos y la dirección del BFPME para recabar información sobre las normas y los procedimientos de préstamo actuales del banco, así como para hablar sobre sus necesidades y orientarles en la adaptación de la aplicación LoanCom-BFPME. A fin de compartir la iniciativa dentro de la región mediterránea, los países que participan en el proyecto fueron invitados a un congreso sobre financiación de PYME que el ITC organizó en El Cairo los días 12 y 13 de noviembre. Los asistentes presentaron sus programas para PYME y recibieron formación sobre metodología y las aplicaciones de LoanCom.</p> <p>Marruecos fue el país elegido para probar una iniciativa cuyo objetivo es incrementar la capacidad de las PYME en el ámbito de la financiación electrónica como medio para mejorar su competitividad. En septiembre de 2007 se desplazó a Marruecos una misión que se reunió con las distintas partes interesadas relacionadas con la financiación electrónica para PYME a fin de identificar las mejores prácticas y las necesidades del país en este campo. La información recogida se utilizará para elaborar un informe nacional sobre financiación electrónica que deberá finalizar a principios de 2008, así como para la organización de un congreso subregional sobre financiación electrónica, que tendrá lugar a principios de 2008 en Casablanca.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>Proporcionar a las IAC información de mercado específica al sector a través del Servicio de Noticias sobre Mercados (SNM)</p> <p>INT/47/92A Países Bajos</p>	<p>El proyecto consiste en desarrollar y divulgar los informes del Servicio de Noticias sobre Mercados a las IAC en los países del África Subsahariana.</p> <p>Los informes del SNM presentan los productos y los sectores de especial relevancia para el África Subsahariana: frutas y hortalizas, especias, zumos de fruta, floricultura, materias básicas para la industria farmacéutica y plantas medicinales.</p> <p>Además de la información mensual sobre precios, el informe de floricultura y el informe sobre frutas y hortalizas presentan estudios de mercado y “retratos instantáneos de productos” para dar a conocer las oportunidades y los retos que afrontan estas industrias en África. El programa permitirá distribuir gratuitamente los informes del SNM a todas las IAC del África Subsahariana contenidas en la base de datos del ITC y/o recomendadas por el CBI.</p>	<p>En 2007, el SNM puso en marcha informes sobre tres nuevos sectores, las piedras preciosas y semipreciosas (trimestral), los aceites esenciales y las oleorresinas (trimestral) y los productos agrícolas orgánicos (bimestral). Se recogieron en CD-ROM las fuentes de información más relevantes (estudios de mercado completos, informes sobre accesos a mercado, contactos comerciales, enlaces web, artículos y otros informes) en el ámbito de las flores cortadas y los productos agrícolas ecológicos.</p> <p>Los informes del SNM se distribuyen de forma gratuita a todas las instituciones y empresas relevantes por correo electrónico, en forma impresa o a través del sitio web ProductMap que gestiona la Sección de Información Comercial del ITC. Se revisaron la presentación y el formato de los informes del SNM, adoptando un nuevo formato, con arreglo al cual en todos los informes se presentan características estándar, así como epígrafes normalizados. El informe sobre floricultura del SNM ha añadido un “Servicio de noticias del mercado” periódico en Floriculture International, una revista sectorial con una tirada de 17.000 ejemplares distribuidos a profesionales de todo el mundo. El número de usuarios finales (tanto IAC como empresas) del África Subsahariana casi se triplicó, pasando de 800 usuarios a finales en diciembre de 2006 a 2.300 en diciembre del año siguiente. La base de datos de contactos del SNM en África, que hace especial hincapié en la relevancia de los contactos, se actualiza constantemente.</p> <p>En noviembre de 2007 se lanzó la página web del SNM albergada en el sitio web del ITC, www.intracen.org/mns, con el fin de proporcionar información sobre el programa del SNM. Para facilitar la divulgación de la información a los usuarios finales, el sitio web del SNM tiene mecanismos de registro y retroalimentación en línea. dicho sistema ayuda al equipo del SNM a evaluar los informes y comprender mejor las necesidades de los lectores. En los pocos meses en que el sistema de retroalimentación en línea ha estado en funcionamiento se ha recibido un total de 245 comentarios.</p> <p>Las instituciones de apoyo al comercio africanas que participaron en el taller de Perfiles de Mercado y en la formación sobre investigación de mercados y análisis comercial expresaron un permanente interés por los informes del SNM, que consideraron una fuente única de información comercial periódica. Los informes del SNM sobre frutas y verduras se introdujeron como parte de la iniciativa “Trade at Hand” del ITC en Senegal, donde se pone a disposición de las IAC y de los emprendedores información periódica sobre precios por teléfono móvil. La experiencia adquirida en el desarrollo del SNM sobre plantas medicinales permitió al ITC desarrollar propuestas de proyectos en el ámbito de las medicinas naturales (AYUSH) en Asia.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
		<p>La importancia y la calidad de los contenidos proporcionados por los informes del SNM han recibido el aplauso de instituciones como el American Botanical Council (ABC), el Ministerio de Sanidad de Malasia, la organización Pharma Africa y la Biotechnology for Sustainable Development in Africa Foundation (BDA Foundation) canadiense. El ABC y la BDA han solicitado autorización para divulgar el SNM entre sus miembros y Malasia ha expresado su deseo de copiar el servicio para su territorio. Los informes del SNM contribuyen a la divulgación de información a exportadores africanos, sobre todo a través del portal de Promoción de las exportaciones en África Oriental (http://www.eacexport.com, cuyo desarrollo fue facilitado por el Centro de Fomento de las Importaciones de los Países en Desarrollo (CBI) de los Países Bajos y que actualmente está siendo gestionado por el Consejo de Promoción de las Exportaciones de Kenya), el Consejo de Comercio Exterior de la República Unida de Tanzania y el Consejo de Promoción de las Exportaciones de Uganda. Todas estas instituciones reciben informes del SNM. En el portal se presentan tendencias de mercados, información de acceso a mercados, precios, listas de importadores e información sobre acontecimientos que van a celebrarse sobre sectores agrícolas básicos y otras industrias.</p>
<p>Página web de la Guía del Café.</p> <p>INT/61/96A Suiza</p>	<p>Este proyecto consiste en la creación de una página web con el texto completo de la <i>Guía del Café</i>, que cuenta con 330 páginas y ha sido la publicación más solicitada del ITC en los últimos años. La página web es fácil de utilizar, con 500 cuadros de texto sobre el comercio internacional del café (estadísticas, mercados, contratos, logística, financiación, certificaciones, calidad).</p> <p>La página web tiene un servicio de preguntas y respuestas para usuarios. Un grupo de expertos en café responde a las preguntas, generalmente en un plazo de 8 – 10 días. Se otorga prioridad a los usuarios de los países en desarrollo. El contenido total de la página web está disponible en inglés, francés y español: www.thecoffeeguide.org, www.leguideducafe.org_y www.laguiadelcafe.org.</p>	<p>Logros en 2007:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La página web de la <i>Guía del Café</i> es una herramienta de uso habitual para muchos productores, exportadores, asociaciones y otros miembros de la industria del café. Recibe 5.000 visitas al mes. Durante el año se colgaron 50 respuestas detalladas a preguntas recibidas de muchos lugares del mundo. • Grupos de usuarios de la página web, incluidos operadores de programas sostenibles y asociaciones de mujeres del sector del café, animaron al ITC a ofrecer formación sobre cuestiones relacionadas con el comercio del café. A finales de 2007 comenzó la elaboración de módulos de formación a través de la página web.
<p>Programa ACP, R 1.0 – Equipo de coordinación</p> <p>INT/75/24A Comisión Europea</p>	<p>El objetivo del programa es establecer los fundamentos para el diseño y la aplicación de actividades de desarrollo financiadas por la UE en el marco del Plan de acción sobre productos básicos agrícolas, dependencia y pobreza de la UE y la Asociación UE-África para el desarrollo del sector algodónero. En el programa participan cinco organizaciones internacionales: el ITC, la FAO, el Fondo Común para los Productos Básicos (CFC), la UNCTAD y el Banco Mundial, con la ONUDI en calidad de observador.</p>	<p>En 2007, las actividades se centraron en la puesta en práctica de las siguientes fases iniciales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Se fijaron las funciones y las relaciones entre el ITC, la Unidad de Coordinación de la Comisión Europea, el Banco Mundial, la FAO, la UNCTAD, el CFC y la Secretaría del ACP. • Se acordó el plan de trabajo inicial para los seis meses siguientes.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
	<p>Se utilizará el enfoque de formulación de estrategias basadas en la cadena de valor del ITC y el Servicio de Desarrollo de Mercados del ITC encabezará el diseño, el establecimiento de prioridades y la programación de las actividades de desarrollo (con la ayuda, en el ámbito de los productores, de la FAO). Se espera que este planteamiento estratégico basado en el mercado para planificar y organizar actividades de desarrollo dé lugar a proyectos de implantación en los ámbitos siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Refuerzo de las capacidades de las IAC del sector para apoyar el desarrollo y la puesta en práctica de estrategias sectoriales. • Mejora del acceso y del uso de los mercados, sobre todo de las comunidades rurales. • Facilitación del acceso a relaciones comerciales con grandes exportadores, empresas transnacionales, importadores y servicios de apoyo. • Servicios de desarrollo y formación de organizaciones de productores en aspectos relacionados con el mercado. Se espera que el enfoque estratégico participativo del ITC contribuya también a mejorar la coordinación, la complementariedad y la coherencia de las actividades de desarrollo de organizaciones internacionales en cada país. 	
<p>Servicio de Noticias sobre Mercados de materias primas farmacéuticas y fármacos esenciales INT/85/01A Organización Mundial de la Salud</p>	<p>Este servicio promueve la transparencia de los mercados de materias básicas para la elaboración de productos farmacéuticos y ayuda a los productores de fármacos esenciales de los países en desarrollo a importar materias primas a precios asequibles.</p>	<p>En 2007, el SNM publicó y divulgó 12 informes farmacéuticos, destinados a todas las oficinas regionales de la OMS, organizaciones de promoción del comercio y asociaciones sectoriales del África Subsahariana.</p>
<p>Fondo rotatorio para materiales de formación de GCSI INT/R1/01A Fondo rotatorio – IPSMS</p>	<p>El fondo rotatorio sirve para crear herramientas técnicas que permitan a los países en desarrollo y las economías en transición lograr un uso más rentable de las divisas en la compra y el suministro de productos y servicios importados. Las herramientas comprenden paquetes de capacitación, simulaciones por ordenador, libros, publicaciones periódicas, materiales audiovisuales, etc. y, sobre todo, el Sistema de Aprendizaje Modular (SMF).</p>	<p>Nueve nuevas instituciones se unieron a la red global del Sistema Modular de Formación del ITC sobre Gestión de Compras y de la Cadena de Suministros Internacionales (SMF-GCCSI), con lo que ya son 135 organizaciones en 50 países, apoyadas por 1.000 formadores.</p> <p>En 2007, estas organizaciones formaron a personal de GCS procedente de más de 6.000 empresas de los países en desarrollo. El programa de certificación profesional basado en el SMF-GCCSI también creció, con la realización de 4.700 exámenes profesionales en 2006, lo que supone un aumento del 50% en comparación con el año anterior. La evaluación del programa SMF-GCCSI realizada en 2007 confirmó los excelentes resultados de este programa y subrayó su papel de modelo del desarrollo sostenible de la capacidad de formación. Por lo tanto, se acordó ampliar sus actividades y convertirlo en un programa mundial.</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p><i>Evaluación: Se llevó a cabo una evaluación del Programa del Sistema Modular de Formación sobre Gestión de Compras y de la Cadena de Suministros Internacionales (SMF-GCCSI), que incluyó informes sobre Bangladesh, India, Malasia, Singapur y Eritrea. El documento de evaluación realizaba una descripción analítica de los elementos clave del programa y evaluaba sus resultados en cuanto al desarrollo de capacidades institucionales, la creación de una comunidad formativa, la mejora de las habilidades mediante el programa de certificación y su incidencia en la relación de las PYME con las grandes empresas. La conclusión de la evaluación fue que el programa ofrece un modelo de creación de capacidad sostenible a través de la asistencia técnica.</i></p>		
<p>Fondo rotatorio para el análisis del flujo de comercio y para estudios de mercado</p> <p>INT/R2/01A</p> <p>Fondo rotatorio – MAS</p>	<p>El Fondo Rotatorio para Análisis del Flujo de Comercio y para Estudios de Mercado se creó para el desarrollo y la divulgación de un conjunto de herramientas y servicios de análisis de mercado del ITC. Esto incluye el desarrollo y mantenimiento de portales de análisis de mercado basados en la web como TradeMap y ProductMap, así como las herramientas en CD Market Access Map y PC-TAS.</p> <p>El fondo apoya también una amplia creación de capacidad para usuarios en la aplicación de las herramientas para la promoción comercial, la creación de estrategias comerciales, el marketing, la estrategia empresarial y otros ámbitos de actuación.</p> <p>Por último, el fondo apoya estudios de clientes individuales centrados en campos de interés específicos, tales como la identificación de sectores prioritarios para la promoción del comercio, el análisis de las condiciones de acceso al mercado para países concretos, la ayuda a donantes para dirigir mejor la asistencia técnica y el análisis de los efectos de las preferencias comerciales.</p>	<p>En 2007 se lograron avances significativos en el cumplimiento de los objetivos previstos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantenimiento, actualización de datos y desarrollo continuo de herramientas de análisis de mercados del ITC. Lanzamiento a principios de 2007 de Trade Competitiveness Map, con una arquitectura web, un diseño e indicadores estadísticos nuevos; datos actualizados hasta 2006. Las visitas de Country Map superaron el objetivo, con una media de 30.000 visitas al mes. Actualización bimestral de los datos brutos de TradeMap sobre distintos países; los datos sobre flujos de comercio a nivel de las líneas arancelarias detalladas están ya disponibles para 91 países; también se puede acceder a datos trimestrales sobre 50 países; se está trabajando con los datos mensuales de más de 40 países; finalización del nuevo diseño de TradeMap con mejoras en la navegación, en los gráficos y en la equivalencia del sistema armonizado y arquitectura; actualización de datos sobre servicios. Los datos de Market Access Map para 162 países están actualizados hasta 2007; se han superado todos los objetivos de actividades formativas; la página web se ha actualizado para incluir nuevas funciones. Lanzamiento de un ambicioso proyecto sobre la recopilación y el tratamiento de información sobre medidas no arancelarias con la UNCTAD. Mantenimiento de redes para 71 socios nacionales con licencia. Actualización periódica de los datos comerciales, sobre empresas, de IED y sobre aranceles de Investment Map; incorporación de los datos corporativos de 74.000 filiales extranjeras; apertura del acceso a organismos de promoción de la inversión que son miembros de la Asociación Mundial de Agencias de Promoción de la Inversión (WAIPA) y a cinco socios con licencias adaptadas (US-AID, el CBI, México, Brasil y la Agencia de Comercio Exterior y Cooperación Internacional de los Países Bajos, EVD); desarrollo de un nuevo servicio de búsqueda de empresas; finalización en 2007 de las versiones en francés y en español. • Desarrollo y presentación de análisis de mercados y del flujo comercial personalizados para clientes concretos. Evaluación del potencial de exportación de Camboya y Nepal; evaluación de la competitividad comercial de Rumania; estudio de oportunidades de exportación de los países del COMESA, la CEEAC y la CEDEAO; borrador de estudio de oportunidades de exportación para seis regiones ACP; elaboración de un informe sobre competitividad del sector de las frutas y verduras en Bangladesh; estudio de las exportaciones de productos de Omán a Sudán para el Omani Center for Investment Promotion and Export (OCIPED); y un estudio y una página web para el CBI sobre la identificación de sectores y países prioritarios para las actividades de fomento de la exportación del CBI. Presentación de varios talleres sobre asesoramiento para la evaluación del potencial de exportación en Rumania. Contribución a los documentos de referencia del ITC sobre regiones concretas para la iniciativa Ayuda al Comercio y el Documento de Programa Consolidado del ITC.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
		<ul style="list-style-type: none"> • Celebración de talleres de creación de capacidades sobre análisis de mercados e inversiones. Celebración de 39 talleres en 39 países durante 2007, logrando un equilibrio adecuado entre la demanda y los recursos disponibles dada la creciente complejidad de los contenidos; formación de más de 630 participantes en estos talleres, cuyos temas fueron el análisis de mercados, el fomento de la inversión, el asesoramiento para el análisis de mercados, la elaboración de perfiles de mercados, las negociaciones de acceso a mercados y la formación de formadores entre otros. • Continuación del planteamiento doble de PC-TAS, que incluye tanto el nuevo interfaz (Statistics for International Trade Analysis o SITA) como el interfaz tradicional. SITA se está distribuyendo en paralelo a los usuarios y abarca 10 años de datos en lugar de cinco. • Desarrollo de nuevas herramientas y nuevas funciones para las herramientas ya existentes para permitir el uso de aspectos adicionales de análisis de mercados. Mejora de la coordinación de la recogida de datos para todas las herramientas, que se gestionó centralmente para permitir la utilización de datos sobre aranceles más detallados, actualizaciones más frecuentes de los datos sobre comercio y aranceles y una mejora de la cobertura; todas las herramientas disponen de un paquete de funciones de generación de informes y de gráficos.
<p>Fondo rotatorio para sistemas de información comercial</p> <p>INT/R3/01A</p> <p>Fondo rotatorio – TIS</p>	<p>El objetivo del fondo consiste en fortalecer las capacidades de gestión de la información de las instituciones de apoyo al comercio (IAC) en los países socios del ITC. Esto se consigue ofreciendo asesoramiento, formación y acceso a las herramientas de gestión de la información y los recursos de información, entre ellos Product Map.</p>	<p>En 2007, el Fondo rotatorio para sistemas de información comercial apoyó las actividades que se detallan a continuación para personal de la Sección de Información Comercial (TIS), contribuyendo a incrementar su conocimiento experto y su concienciación sobre los últimos avances y herramientas en el ámbito de la inteligencia comercial y la gestión y divulgación de información:</p> <p>Asistencia a eventos y congresos de información comercial:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Asistencia a I-expo en París, Francia, una exposición que reúne a productores de contenidos de información comercial, editores de software y proveedores de servicios. Asistencia a talleres sobre búsqueda de empresas, herramientas de colaboración, la web 2.0 y riesgos jurídicos, suscripción electrónica, cartografía de información e inteligencia competitiva, así como soluciones de gestión de bibliotecas. • Exposición en Londres, Reino Unido, de proveedores de información online y soluciones de gestión de información. Asistencia a congresos sobre cuestiones relacionadas con la gestión de información comercial, motores de búsqueda y web 2.0. Visitas a bibliotecas y centros de información de organizaciones internacionales en Londres: Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo, Biblioteca Británica y la City Business Library. • Taller regional en Bridgetown, Barbados, sobre “Buenas prácticas en la creación de redes de información: experiencia del ITC”. • Foro Mundial para el Desarrollo de las Exportaciones organizado por el ITC en Montreux, Suiza. • Seminario de inversión y promoción comercial para instituciones de América Latina y el Caribe organizado por APEX en Río de Janeiro, Brasil, en diciembre de 2007. <p>Celebración de cursos financiados directamente por los beneficiarios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programa Comercio en África para In Went, una agencia de formación y desarrollo financiada por el Ministerio de Cooperación alemán (Colonia/Mannheim, Alemania).

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
		<ul style="list-style-type: none"> • Taller anual sobre gestión de información comercial de TIS, celebrado en Ginebra del 26 de noviembre al 7 de diciembre, para 14 especialistas en información de instituciones de apoyo al comercio. • Programa de formación conjunto EMDS/TIS, de cinco días de duración, sobre marketing internacional para la exportación impartido a gestores de IAC para el África Subsahariana (financiado por el Banco Islámico de Desarrollo). <p>Actualización y mejora de la aplicación Product Map, administración de usuarios y hosting de servidores. Mejora de materiales de formación TIS genéricos y personalizados para su uso en programas de creación de capacidad en gestión de la información.</p>
<p>Fondo rotatorio EMDS</p> <p>INT/R4/01A</p> <p>Fondo rotatorio – EMDS</p>	<p>Los objetivos operativos de este fondo rotatorio son la mejora continua de las capacidades intelectuales de la Sección y sus conocimientos en materia del suministro de información, herramientas, metodologías, servicios de asesoramiento y formación para mejorar la competencia de gestión/exportación de las empresas.</p> <p>Las herramientas y los servicios desarrollados y distribuidos desde el fondo requieren cierta inversión en términos de tiempo, desarrollo y/o adquisiciones, procesamiento y divulgación.</p> <p>El fondo pretende también financiar los costes del futuro desarrollo, preparación, producción, edición, traducción y suministro por parte de la EMDS o sus asociados de productos técnicos, materiales y servicios de información de la EMDS, que se prevea recuperar en forma de ingresos provenientes de la venta de dichos materiales o servicios o bien en forma de derechos de reproducción. Su objetivo es aumentar la capacidad del ITC para producir y suministrar dichos materiales y servicios relacionados a los países en desarrollo y a las economías en transición.</p>	<p>Las actividades de 2007 se centraron en:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El incremento del número de proyectos y organismos asociados con acceso a materiales y herramientas de formación en materia de desarrollo de gestión empresarial (EMD), así como materiales de apoyo en ese ámbito: <ul style="list-style-type: none"> – Se reforzaron las capacidades de formación y asesoramiento de formadores y los diagnósticos de las empresas participantes a través de talleres de EMD. Distintas herramientas y materiales se pusieron a disposición de proyectos del ITC con componentes de EMD en Etiopía, Kenya, Rumania, Senegal, Uganda y la República Unida de Tanzania. – El fondo apoyó también la finalización de determinadas adaptaciones a sectores específicos del contenido formativo. <p>Las pruebas piloto con posibles socios dieron lugar a nuevos programas. El fondo apoyó la presentación de programas de EMD y perspectivas de socios a posibles clientes. Mediante las medidas que se describen a continuación se contribuyó a los esfuerzos continuos para desarrollar e implantar programas conjuntos con nuevos socios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La presentación de programas de EMD en un acto organizado por el <i>Centre pour le développement des entreprises</i> (CDE) dio lugar a un nuevo programa con el CDE. • La participación en un acto de la CEPE en Sarajevo supuso un avance en las conversaciones sobre el desarrollo de programas conjuntos de formación con esta institución. • El fondo también apoyó e implantó un programa piloto de formación de formadores en África con un socio potencial, el Banco Islámico de Desarrollo.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
Fondo rotario sobre el Sistema Comercial Mundial INT/R5/01A Fondo rotatorio – Información Empresarial sobre el Sistema Comercial Mundial	Para apoyar a los asociados en el diseño y la prestación de servicios empresariales pertinentes y actualizados sobre el marco reglamentario en continuo cambio del comercio internacional, el ITC ha desarrollado y probado una amplia gama de información y materiales de referencia y formación sobre aspectos relacionados con la OMC. El fondo apoya la continuación de la investigación en este campo, así como la actualización y la divulgación habitual de información empresarial sobre el sistema comercial mundial.	En 2007, el fondo hizo posible la actualización de la base de datos LegaCarta. Esta base de datos es un sistema multilingüe online sobre modelos de legislación comercial, así como tratados e instrumentos comerciales multilaterales y se ha diseñado para ayudar a las organizaciones de fomento del comercio, los encargados de la formulación de políticas y las instituciones académicas a optimizar el marco jurídico de su país en materia de comercio internacional. En 2007 tenían acceso a LegaCarta representantes de ministerios y de la comunidad empresarial de unos 40 países. En Madagascar y Viet Nam se llevaron a cabo proyectos integrales de asistencia técnica basados en el sistema LegaCarta con el fin de reforzar sus entornos comerciales nacionales mediante la ratificación de tratados comerciales multilaterales de gran importancia. Siguiendo el plan de acción establecido dentro del marco del proyecto LegaCarta, en 2007 Viet Nam se adhirió a tres tratados comerciales multilaterales y consiguió que su entorno de regulación comercial fuera más predecible y estuviera más en consonancia con las normas jurídicas internacionales.
Fondo rotatorio para herramientas de competitividad empresarial y servicios de apoyo relacionados. INT/R7/01A Fondo rotatorio – Competitividad empresarial	El Fondo Rotatorio BAS de Herramientas para el Comercio vende herramientas y financia nuevos trabajos de investigación y desarrollo destinados a mejorar la competitividad comercial de los asociados. Según se van desarrollando nuevas herramientas, estas se ponen a disposición de los socios y los ingresos generados se añaden al fondo. Este también puede contribuir a las actividades de creación de capacidades de los socios financiando la aplicación de herramientas desarrolladas en el marco del fondo.	Las actividades en 2007 estuvieron en consonancia con los objetivos del fondo. Se obtuvieron ingresos con la venta de herramientas de competitividad empresarial producidas por el programa de embalaje de las exportaciones, así como con la adaptación nacional de las publicaciones del programa de normalización y gestión de la calidad. Se dotó financiación para contratar a un asociado experto en normalización y gestión de la calidad con el fin de continuar desarrollando herramientas empresariales en ese campo
<p>Evaluación INT/W9/10A: Encuesta externa de clientes del ITC. En 2006, el Centro de Comercio Internacional llevó a cabo una exhaustiva evaluación de sus operaciones. Como consecuencia de las conclusiones de esa evaluación, el ITC inició un proceso de gestión del cambio, bajo una nueva dirección, para poner en práctica las recomendaciones. Este proceso presenta numerosas facetas, con iniciativas orientadas tanto hacia el interior como hacia el exterior de la organización, que se centran en la estrategia, productos y servicios, operaciones internas, comunicaciones, etc. La Encuesta externa a clientes del ITC es una de las iniciativas de la revisión. Su objetivo es identificar cuál es la percepción que tienen del ITC sus distintos grupos de clientes, regiones, etc.</p> <p>Los objetivos definidos para la Encuesta externa de clientes son los siguientes: (1) obtener información sobre el actual entorno de operaciones macro y micro del ITC, (2) desarrollar una estrategia de marketing bien orientada, junto con un plan y un programa de marketing, para lograr los objetivos estratégicos del ITC, (3) identificar y comprender los factores impulsores de la marca/reputación e imagen del ITC, (4) supervisar la relevancia, la utilización y los resultados de los productos y los modos de entrega del ITC y (5) obtener retroalimentación para futuras ofertas de productos y programas del ITC.</p> <p>Aproximadamente 1.537 clientes respondieron a la encuesta. Entre estas organizaciones cabe citar a instituciones de apoyo al comercio, gobiernos/ministerios y empresas de países en desarrollo y economías de transición. Aproximadamente el 29% de los encuestados afirmó “conocer muy bien” el ITC y sus objetivos, mientras que otro 52% señaló que lo “conocía bien”.</p> <p>Las conclusiones de alto nivel pueden resumirse como sigue: (1) La calificación general del funcionamiento del ITC es positiva y éste es considerado un organismo informativo y útil. (2) Sin embargo, los clientes no dan una puntuación suficientemente alta al ITC en el logro de los objetivos fijados por el propio ITC para su trabajo con ellos. (3) Se considera que el ITC es eficaz en el servicio a sus clientes, pero podría relacionarse mejor con sus clientes para detectar necesidades y adaptar soluciones, los factores más importantes en los resultados generales</p>		

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
Leatherline - Plataforma africana RAF/47/86A Países Bajos	<p>El objetivo de este proyecto es promocionar la industria del cuero africana a través de una plataforma de información basada en Internet, que aumentará la concienciación sobre el potencial del sector dentro y fuera de África, y ayudará a la formalización de negocios y a la mejora de la comunicación.</p> <p>La Plataforma se desarrollará y se hospedará en la página web de Leatherline, para aprovechar su importante audiencia internacional. Se desarrollará dentro del marco del proyecto en colaboración con la Asociación de la Industria del Cuero de África del Sur y del Este (ESALIA), con la cooperación de al menos 10 países en la red.</p>	<p>En 2007, como última actividad del proyecto de la Plataforma Africana, que ahora proporciona perfiles industriales completos sobre 21 países, se elaboró un manual de usuario que permite la introducción de datos y el mantenimiento de la web a distancia, con el fin de reforzar la propiedad de los datos de los países socios.</p>
Sistema de información comercial para los artesanos de los Estados miembros de UEMOA RAF/47/96A Países Bajos	<p>Estudio de viabilidad para la configuración de información basada en la tecnología web sobre y para los artesanos de UEMOA (incluidos los de Mauritania) y un servicio de información y asesoramiento basado en la web de diseño de productos con escuelas de diseño francófonas.</p>	<p>En 2007 se modificó y perfeccionó el concepto inicial de plataforma de información mediante exhaustivos contactos con universidades/escuelas de diseño francófonas y organizaciones francófonas dedicadas al desarrollo de la artesanía en África Occidental.</p>
Programa Integrado Conjunto de Asistencia Técnica (JITAP) II – unidad de coordinación RAF/D2/50A Fondo Fiduciario Común (Fase II)	<p>JITAP es un programa multi-países y multi-agencias para la creación de capacidades en el campo del sistema de comercio multilateral (SCM). Tras una exitosa primera fase del JITAP (1998-2002), la segunda fase de este programa comenzó en febrero de 2003. Los objetivos del programa son construir capacidades y fortalecer la base nacional de conocimiento del SCM en países socios para:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desarrollar una capacidad nacional para comprender y abordar las implicaciones del nuevo SCM; • Construir una capacidad para aplicar la legislación y tomar las medidas necesarias para realizar las tareas dentro de marco del SCM de la forma más beneficiosa; y • Mejorar la disponibilidad de los exportadores nacionales a aprovechar las oportunidades comerciales. <p>El programa se lanzó en 1998 en ocho países y, tras una evaluación positiva, se lanzó la segunda fase en 2003, ampliando el programa a otros ocho países.</p> <p>JITAP II tiene un presupuesto de \$EE.UU. 16,4 millones, para un periodo de cuatro años, de 2003 a 2007. Hace hincapié en un mayor nivel de auto-implantación nacional por parte de los países socios de</p>	<p>Ya han tenido lugar dos fases del programa JITAP, lo que ha permitido acumular casi 10 años de experiencia en 16 países africanos. JITAP ha fomentado la participación de las partes interesadas en negociaciones comerciales y ha contribuido a la implantación de acuerdos de la OMC, a la formulación de políticas relacionadas con el comercio y a la mejora de las capacidades de suministro y el conocimiento de los mercados. Entre los logros de 2007 cabe citar los siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Casi de forma unánime, los puntos centrales nacionales adjudican a JITAP un papel fundamental por su ayuda para establecer el marco institucional para la participación de su país en el SCM: la plataforma multilateral para la toma de decisiones y fijación de agendas, los puntos de información que proporcionan a las partes interesadas información comercial vital, la formación de profesionales de SMC y las metodologías para la formulación de estrategias sectoriales. Estas funciones de SMC están arraigando en todos los países, aunque a distintas velocidades. • Todos los programas nacionales invitan a la participación de los sectores público y privado y, en menor medida, de la sociedad civil, la comunidad académica y la comunidad de donantes en plataformas multilaterales, denominadas de forma genérica Comités Interinstitucionales (CII). Con el transcurso del tiempo, estos comités y sus subcomités técnicos están consolidándose. Se prevé que todos los CII sigan existiendo una vez concluido el programa JITAP, 11 de ellos, como mínimo, con el apoyo parcial de fuentes nacionales internas.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
	<p>África y la subregión árabe, con apoyo de las organizaciones con sede en Ginebra, y el uso de redes entre los beneficiarios de todos los países socios, como elementos para lograr la sostenibilidad de la capacidad creada.</p> <p>JITAP aplica un enfoque común e integrado: su desarrollo, coordinación e implantación son realizados de forma conjunta por tres agencias, la UNCTAD, la OMC y el ITC, cada una de las cuales está especializada en distintos aspectos comerciales. Este enfoque sigue siendo único en el ámbito de la asistencia técnica relacionada con el comercio, aunque también ha tenido que superar dificultades.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • En este proceso de institucionalización, una docena de CII informan que operan con restricciones. Su capacidad de mantener un diálogo constructivo con las partes interesadas en el SCM, de participar de manera eficaz en las negociaciones, de formular la política comercial nacional y de controlar y ejecutar derechos y obligaciones se ve comprometida sobre todo por la falta de recursos financieros y conocimientos técnicos y por las dificultades para mantener la representación continua de los representantes de las partes interesadas. • En el caso de seis países, la falta de reconocimiento jurídico agrava las limitaciones citadas. • Al cierre del programa JITAP, se declaran funcionales la práctica totalidad de los puntos nacionales de consulta y centros de referencia. • La mayor parte de los países de la fase I y la fase II han enviado a participantes de los sectores público y privado (aproximadamente un 60% de hombres y un 40% de mujeres) al conjunto de actividades formativas del JITAP. • El propósito del programa de establecer redes de profesionales y formadores de SCM ha tenido éxito en algunos países, pero, aunque varios países han intentado poner en marcha estas redes, la mayor parte permanecen inactivas debido a la falta de recursos y, en algunos casos, de iniciativas privadas dinámicas. • Hasta la fecha, al menos 11 países JITAP han creado, ya sea mediante consolidación o por medios alternativos, la necesaria base de conocimiento de SCM. Ya han puesto en marcha formación centrada en el SCM a través de sus propias universidades o centros de educación superior. Esos planes de estudio sobre SCM se han creado en siete países: Burkina Faso, Camerún, Côte d'Ivoire, Ghana, Kenya, Túnez y Uganda. • En la fase II, las partes interesadas del SCM de todos los países han identificado más de 120 sectores prioritarios de exportación y han formulado más de 67 estrategias sectoriales con aportaciones del programa JITAP. Diez de ellas siguen en fase de desarrollo, 24 se han finalizado y 14 se están poniendo en práctica. • En todos los países JITAP, las sinergias del programa están especialmente desarrolladas entre centros de referencia y puntos nacionales de consulta y entre subcomités de CII. En ambos casos, 12 países comunican niveles de cooperación "importantes". • En general, las herramientas modulares de JITAP (diseñadas para facilitar la autoaplicación de las actividades necesarias) se han divulgado según lo previsto, pero la tendencia general ha sido utilizarlas <i>ad hoc</i>. • Las conclusiones de la encuesta nacional sugieren que JITAP ha realizado progresos con respecto a sus resultados previstos.

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
<p>JITAP II – componente ITC</p> <p>RAF/D2/53A</p> <p>Fondo Fiduciario Común (Fase II)</p>	<p>El objetivo del JITAP II es crear y fortalecer la capacidad de países africanos seleccionados para su integración en el Sistema Comercial Multilateral (SCM). Concretamente, la capacidad de estos países se creará o fortalecerá en tres campos principales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Las negociaciones comerciales, la aplicación de los acuerdos de la OMC y la formulación de una política comercial relacionada; • La base de conocimientos nacional sobre el SCM; y • La capacidad de oferta y el conocimiento de mercado de empresas exportadoras y preparadas para la exportación. Una mejora en este ámbito permitirá a las empresas aprovechar las oportunidades empresariales que genere la liberalización del comercio en virtud del incipiente SCM. <p>El ITC tiene la responsabilidad principal de implantar el módulo 4 de JITAP sobre estrategias sectoriales de productos y servicios, cuya finalidad es ayudar a los empresarios y a los políticos de los países en cuestión a formular estrategias para sectores específicos (productos y servicios) con grandes posibilidades de exportación.</p> <p>Se espera que las actividades desarrolladas dentro de este módulo aumenten las capacidades de oferta y el conocimiento sobre el mercado de empresas preparadas para la exportación, permitiéndoles aprovechar las oportunidades empresariales generadas por la liberalización comercial dentro del incipiente sistema comercial multilateral a medio plazo. Asimismo, el ITC contribuirá a la implantación de los otros cuatro módulos del programa para garantizar la participación de la comunidad empresarial en todas las actividades del JITAP pertinentes.</p>	<p>En 2007, se dio acceso a todos los nuevos países socios de JITAP II (Botswana, Camerún, Malawi, Malí, Mauritania, Mozambique, Senegal y Zambia) a las herramientas comerciales y de análisis de mercados del ITC. El ITC contribuyó a las 14 semanas de puertas abiertas de JITAP celebradas en 2007 y se encargó de que la presentación de las actividades de implantación del Centro se realizara correctamente. En 2007 se llevaron a cabo varias de las actividades de implantación previstas en las estrategias sectoriales elaboradas durante la fase II de JITAP.</p> <p>En Botswana se finalizaron las estrategias sectoriales sobre arte y artesanía, prendas de vestir y cueros y pieles.</p> <p>En Malawi, en el marco de su estrategia del sector del algodón, el textil y el vestido, se llevó a cabo una actividad de formación de capacidad en la producción de algodón destinada a cultivadores de algodón. Esta actividad se llevó a cabo con la colaboración del Ministerio de Industria y Comercio y del Ministerio de Agricultura y Seguridad Alimentaria y en ella se aprovecharon las experiencias en producción y desarrollo comunitario de Kenya, Liberia, Uganda y Zambia.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 20 extensionistas recibieron formación como facilitadores de la formación en materia de empresas sociales. Este fondo de capacidad humana se utilizará para formar a otros extensionistas en el futuro. En estos momentos están aplicando lo aprendido en su trabajo diario con cultivadores de algodón. • 500 cultivadores de algodón recibieron formación sobre técnicas de producción del algodón y empresas sociales; se divulgaron materiales de formación en la lengua nacional. • Facilitadores procedentes de Kenya, Liberia, Uganda y Zambia dirigieron la formación, que proporcionó a los participantes una oportunidad única para establecer redes de contacto y compartir experiencias. <p>En Senegal, en el marco de sus estrategias sectoriales para la industria agrícola y el embalaje, se organizaron mesas redondas para partes interesadas de los dos sectores, a fin de debatir el establecimiento de normas de embalaje basadas en las necesidades del sector agrícola. Se elaboraron planes de acción destinados a desarrollar esas normas para cuatro subsectores.</p> <p>En Malí, en el marco de las estrategias sectoriales para la goma arábiga, el sésamo y el karité, se celebraron sesiones formativas para partes interesadas en la cadena de valor en las capitales provinciales de Kayes, Koulikoro y Bougouni sobre “Cómo tener éxito en la exportación”. La formación se centró en la experiencia concreta de los actuales exportadores de esos productos.</p> <ul style="list-style-type: none"> • En Bougouni, se firmó un contrato para la exportación de 600 toneladas de nueces de karité, en el que participaron varios comerciantes. • En Kayes se crearon dos asociaciones sectoriales: una para productores de goma arábiga y otra para comerciantes. • En Koulikoro, Bougouni y Kayes, más de 40 exportadores recibieron formación sobre buenas prácticas y gestión de la calidad en relación con la exportación (mejora de la calidad, negociaciones de contratos, tendencias de mercado, etc.). <p>En Mauritania, en el marco de su estrategia sectorial para la piel y el cuero, se celebraron las siguientes actividades:</p>

Título, número y fuente de financiación del proyecto	Descripción del proyecto	Progresos hasta el fin de 2007
		<ul style="list-style-type: none">• Se entregó equipo especial (el cuadro desollador estático) al matadero de Nouakchott (SAN) y se impartió formación práctica sobre el uso del nuevo equipo. Los primeros resultados de la formación fueron un incremento del 50% de la calidad de los cueros y las pieles desollados, así como la multiplicación por dos de la velocidad de desollado.• Se realizaron acciones para sensibilizar al sector y establecer un marco para la adhesión de Mauritania a la Association sous-régionale des professionnels de cuirs et peaux, ASOAC. En Mozambique, en el marco de su estrategia del sector de las semillas oleaginosas: <ul style="list-style-type: none">• Se organizó un viaje de orientación al mercado a Sudáfrica con el fin de identificar socios comerciales y oportunidades de exportación para productos de semillas oleaginosas.• Se elaboraron varios folletos sobre productos, que se difundieron entre los productores de semillas oleaginosas.