



ORGANIZACIÓN
MUNDIAL
DEL COMERCIO



Examen Global de la Ayuda para el Comercio

Posibilitar un comercio
conectado y sostenible



2022

La Organización Mundial del Comercio (OMC) es el organismo internacional que se ocupa de las normas mundiales del comercio entre las naciones. Su función principal es velar por que el comercio se desarrolle de la manera más fluida, previsible y libre posible, en condiciones de igualdad para todos sus Miembros.

Agradecimientos

La presente publicación ha sido preparada bajo la dirección general de Michael Roberts, Jefe de la Unidad de Ayuda para el Comercio de la División de Desarrollo de la OMC, y supervisada por el Director General Adjunto Xiangchen Zhang y el Director de la División de Desarrollo, Shishir Priyadarshi. Stephen Fevrier, del Gabinete de la Directora General, también proporcionó orientación sustantiva. La publicación fue editada y revisada por Anthony Martin y Ross McRae, de la División de Información y Relaciones Exteriores.

Los autores que contribuyeron a esta publicación fueron Michael Roberts, Iljir Baftijari, Théo Mbise y Mialy Nomenjanahary (División de Desarrollo) para el capítulo 1; Visvanathan Subramaniam, Michael Roberts y Priska Naimhwaka (División de Desarrollo e Instituto de Formación y Cooperación Técnica) para el capítulo 2; Iljir Baftijari y Michael Roberts (División de Desarrollo) para el capítulo 3; y Anoush der Boghossian y Lolita Laperle-Forget (División de Desarrollo) y Jane Korinek y Cemre Balaban (OCDE) para el capítulo 4.

El ejercicio de vigilancia y evaluación de la Ayuda para el Comercio estuvo dirigido por Théo Mbise, bajo la orientación de Michael Roberts y con el apoyo de Iljir Baftijari, Barbara Marcetich, Staci-Marie Sydney, Rhian Wood, Esli Kim Laféiulle, Visvanathan Subramaniam y Julia Grübler (División de Desarrollo).

Los artículos de opinión de expertos fueron aportados por Sandra Carvão (OMT), Mona Haddad (Banco Mundial), Sarah Mohan y Barbara Ramos (ITC), Nilgün Tas (ONUDI), Torbjörn Fredriksson (UNCTAD), Javier López González y Silvia Sorescu (OCDE) y Annette Ssemuwemba (MIM).

La OMC también quisiera agradecer a Olivier Cattaneo, John Drummond, Coralie Martin y Silvia Sorescu (OCDE) las observaciones que aportaron durante la redacción de esta publicación. La OMC desea expresar su reconocimiento a todos los participantes en el ejercicio conjunto de vigilancia y evaluación de la Ayuda para el Comercio de la OCDE y la OMC de 2022.

Descargo de responsabilidad

Esta publicación ha sido elaborada bajo la responsabilidad de la Secretaría de la OMC y sin perjuicio de las posiciones de los Miembros de la Organización ni de sus derechos y obligaciones en el marco de la OMC. Las denominaciones empleadas en esta publicación y la forma en que aparecen presentados los datos que contiene no implican juicio alguno por parte de la OMC sobre la condición jurídica de ninguno de los países, zonas o territorios citados o de sus autoridades, ni respecto de la delimitación de sus fronteras.

Portada: La propietaria de una tienda de prendas de vestir a la puerta de su negocio en Mukoko (Uganda).
Pastor en Azraq (Jordania). Unos agricultores, padre e hija, utilizan una bomba de agua solar en Haryana (India).

Examen Global de la Ayuda para el Comercio

Posibilitar un comercio
conectado y sostenible

Resultados del ejercicio conjunto de vigilancia y
evaluación de la Ayuda para el Comercio de la OCDE
y la OMC de 2022

El rendimiento de las cosechas de maíz y mandioca de esta mujer asciende a 4.000 dólares EE.UU. al año, Kampong Cham (Camboya).



Índice

Prólogo	4
Resumen	5
Introducción	9

1

Prioridades de la Ayuda para el Comercio	14
---	-----------

2

Medio ambiente, comercio y desarrollo sostenible	48
---	-----------

3

Conectividad digital, comercio electrónico y comercio sostenible	90
---	-----------

4

Igualdad de género, empoderamiento económico de las mujeres y comercio sostenible	132
--	------------

Conclusiones	168
Abreviaturas	172
Bibliografía	173

Prólogo

Directora General Ngozi Okonjo-Iweala

La conclusión satisfactoria de la Duodécima Conferencia Ministerial de la OMC (CM12) es un paso importante hacia un sistema multilateral de comercio más fuerte y eficaz. La CM12 ha demostrado que la OMC produce resultados que benefician a la población de todo el mundo. La CM12 también ha puesto de relieve la importancia de la OMC para resolver los problemas relacionados con el patrimonio común de la humanidad en esferas como el medio ambiente y la seguridad alimentaria y para actuar en favor de los intereses de los Miembros sea cual sea su nivel de desarrollo económico.

La presente publicación ayudará a preparar el terreno para aplicar las decisiones adoptadas en la CM12 y avanzar en nuestra labor de aportar estabilidad a una economía mundial sacudida por la pandemia de COVID-19, la guerra de Ucrania, el cambio climático y la crisis alimentaria que se avecina. No es de extrañar que, para los países en desarrollo, el apoyo de la Ayuda para el Comercio sea más importante que nunca para lograr crecimiento económico y prosperidad.

Las prioridades en relación con la Ayuda para el Comercio señaladas por los países en desarrollo y los donantes en el ejercicio de vigilancia y evaluación de 2022, llevado a cabo conjuntamente con la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), coinciden con muchas de las prioridades identificadas por los Ministros en la CM12. En esta publicación también se reconoce la importancia de la Ayuda para el Comercio para apoyar la creación de capacidad en los países menos adelantados (PMA) y la importancia de ayudar a los países en desarrollo, en especial los PMA, a lograr un desarrollo sostenible.

Resulta especialmente alentador el claro mensaje de confianza en el sistema multilateral



de comercio para lograr resultados en materia de desarrollo transmitido por los países en desarrollo y los donantes. La pandemia de COVID-19 no ha hecho que se reste prioridad al comercio en las estrategias de desarrollo de los países en desarrollo y los PMA. De hecho, la pandemia ha puesto de relieve el papel fundamental del comercio para obtener resultados en materia de desarrollo en esferas como la economía digital y para ayudar a los países a hacer frente a los desafíos que plantea el cambio climático.

También es esperanzador constatar que los países en desarrollo y los donantes dan prioridad a la sostenibilidad, la conectividad digital y el empoderamiento económico de las mujeres en sus estrategias de desarrollo.

El análisis del ejercicio de vigilancia y evaluación que aquí se presenta ofrece argumentos poderosos para hacer avanzar la iniciativa de Ayuda para el Comercio. El Octavo Examen Global de la Ayuda para el Comercio brinda una excelente oportunidad para continuar destacando los beneficios del comercio para el logro de resultados en materia de desarrollo sostenible y llevar adelante esta labor fundamental.

Dra. Ngozi Okonjo-Iweala,
Directora General

Resumen

Los objetivos comerciales ocupan un lugar destacado en las estrategias de desarrollo de los países en desarrollo. A pesar de la pandemia de COVID-19, el comercio sigue siendo una prioridad para el desarrollo. Este es el claro mensaje que se desprende del ejercicio de vigilancia y evaluación de la Ayuda para el Comercio de 2022, llevado a cabo conjuntamente con la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE).

Los países en desarrollo y sus asociados financieros confían en el sistema multilateral de comercio para lograr resultados en materia de desarrollo. De los 53 países en desarrollo que respondieron al cuestionario que acompaña al ejercicio de vigilancia y evaluación, 50 (94%) incluyen prioridades comerciales en sus estrategias de desarrollo, entre ellos 25 países menos adelantados (PMA) (93%). Asimismo, según las respuestas, 31 donantes (86%) incluyen prioridades comerciales en sus estrategias de desarrollo.

La pandemia de COVID-19 y el cambio climático

La pandemia de COVID-19 ha obligado a reajustar las prioridades de la Ayuda para el Comercio. Muchas de las respuestas al cuestionario facilitadas por los países en desarrollo y los donantes hacen referencia a las estrategias elaboradas específicamente para apoyar la recuperación económica tras la pandemia. Algo más de dos años después del inicio de la pandemia, el comercio y la economía mundial siguen viéndose afectados por ella y por las medidas adoptadas para controlar su propagación.

Las respuestas al cuestionario de la mayoría de los países en desarrollo indican que la importancia de la Ayuda para el Comercio ha crecido debido a las repercusiones económicas

y comerciales de la pandemia de COVID-19. Varios donantes señalan que la Ayuda para el Comercio puede mitigar dichas repercusiones y apoyar la recuperación económica de la pandemia.

Los efectos duraderos de la pandemia en la economía mundial son una fuerte inflación, unos presupuestos públicos bajo presión y una mayor preocupación por el acceso a suministros esenciales, como los alimentos. Esos problemas se han visto agravados por la crisis de Ucrania.

La facilitación del comercio es la prioridad de la Ayuda para el Comercio que han citado con mayor frecuencia todos los participantes en el ejercicio de vigilancia y evaluación de 2022. También fue un tema destacado en el evento de Ayuda para el Comercio celebrado en marzo de 2021 para examinar las repercusiones de la pandemia de COVID-19 en el comercio y el desarrollo de los países en desarrollo.

El evento puso de relieve la importancia de la facilitación del comercio para las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes), importancia que también subrayaron los encuestados en el contexto de la lucha contra la pandemia de COVID-19. Las perspectivas de género también se están integrando cada vez en mayor medida en los programas de la Ayuda para el Comercio. En particular, las respuestas destacan la importancia de la Ayuda para el Comercio para aplicar el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la OMC y ayudar a las mipymes a recuperarse de la pandemia.

La promoción de la diversificación de las exportaciones, la competitividad internacional, la creación de capacidad productiva y la conexión a las cadenas de valor mundiales también ocupan un lugar destacado entre las prioridades de los países en desarrollo y los donantes, en especial de los países en desarrollo sin litoral y los PMA.

Sensibilización creciente acerca de los riesgos del cambio climático

Con las emisiones de gases de efecto invernadero en los niveles más elevados de la historia de la humanidad, la sostenibilidad ambiental es una de las principales prioridades de la Ayuda para el Comercio, sobre todo para los donantes. La adopción de medidas para mitigar los efectos del cambio climático es el objetivo principal. Algunos encuestados destacan que la Ayuda para el Comercio ha adquirido mayor importancia para hacer frente a las repercusiones del calentamiento global y el cambio climático. Varios donantes señalan también el potencial de la Ayuda para el Comercio para reducir la fragmentación de la ayuda.

Es necesaria una reducción inmediata e importante de las emisiones para limitar el calentamiento atmosférico y limitar el aumento de temperatura a menos de 2°C. Esta urgencia se refleja en las respuestas al cuestionario.

En las estrategias de desarrollo y comercio de los países en desarrollo se menciona cada vez más el medio ambiente. Sin embargo, la transición hacia un crecimiento ambientalmente sostenible (verde) se encuentra todavía en una etapa inicial. Los objetivos a ese respecto se presentan con frecuencia en términos generales, con pocas metas con respecto a las cuales medir los progresos.

Las dificultades para establecer metas en materia de sostenibilidad y la falta de conocimientos profundos de los efectos previstos del cambio climático en el comercio figuran entre los problemas citados como factores que frenan los avances. Junto con las limitaciones para acceder a financiación, esos factores impiden integrar aún más los objetivos ambientales en las estrategias comerciales y de desarrollo.

Los Gobiernos contrajeron compromisos de política en el período previo a la 26ª Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, celebrada en noviembre de 2021, con

el fin de alinear la asistencia oficial para el desarrollo con el Acuerdo de París sobre el cambio climático. Los donantes y los asociados Sur-Sur se han comprometido a apoyar la transición a una economía de bajas emisiones de carbono mediante la ampliación de la financiación destinada a mitigar los efectos del cambio climático —financiación que actualmente está por debajo de los niveles prometidos—.

La declaración de la OCDE sobre la alineación de la cooperación para el desarrollo con los objetivos del Acuerdo de París puede contribuir a la movilización de más recursos para ayudar a los países en desarrollo en la transición hacia una energía limpia y sostenible. Habida cuenta de la función que el comercio desempeña en la transferencia de tecnología, competencias y conocimientos técnicos, la incorporación de una perspectiva comercial en esos programas de financiación es una esfera en la que la iniciativa de Ayuda para el Comercio puede añadir valor.

La colaboración entre los sectores público y privado para contribuir a financiar la transición a una economía con bajas emisiones de carbono se está intensificando. En esta esfera, la Ayuda para el Comercio puede desempeñar una función catalizadora contribuyendo a movilizar fondos para infraestructuras verdes relacionadas con la oferta y ayudando al sector privado a aprovechar las oportunidades que ofrece la economía de bajas emisiones de carbono.

Existe una tendencia perceptible a vigilar más la “calidad” del desarrollo que se está promoviendo y la sostenibilidad de las cadenas de suministro. Los países en desarrollo y sus asociados financieros también están realizando esfuerzos concertados para integrar los objetivos de empoderamiento económico de las mujeres en los programas de financiación climática.

La conectividad digital, un factor para la resiliencia económica

La conectividad digital rápidamente resultó ser un factor importante para la resiliencia

económica durante la pandemia de COVID-19, dado que las medidas de confinamiento limitaron el contacto directo entre las personas. La pandemia ha acelerado el crecimiento del comercio electrónico en países de todos los niveles de desarrollo y dado lugar a un impulso de la conectividad relacionado con la COVID-19 entre los países en desarrollo y los PMA. En sus respuestas, los PMA citan el gobierno electrónico como uno de los motores de la economía digital.

Sin embargo, el rápido crecimiento de la demanda de conectividad y de servicios digitales ha puesto de manifiesto deficiencias, por ejemplo, en la infraestructura de tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), los marcos de reglamentación, la asequibilidad de la conexión y las competencias digitales. Estos factores hacen que la brecha digital siga siendo amplia, tanto dentro de los países como entre ellos, y los principales afectados son las mipymes y las mujeres.

La infraestructura básica sigue siendo una limitación importante para algunos PMA. La inversión constante necesaria para mejorar la infraestructura de TIC supone una carga fiscal para los países en desarrollo. Es preciso mejorar la calidad y el alcance de los marcos reglamentarios para el comercio electrónico y tratar de dar respuesta a la escasez de competencias en materia de TIC.

Las TIC desempeñan un papel esencial en la aceleración de la conectividad digital y la facilitación del comercio electrónico, lo que puede ayudar a abordar las preocupaciones climáticas y ambientales más apremiantes del mundo. A su vez, la mejora de la conectividad digital es fundamental para cumplir la promesa de las TIC en relación con los resultados en materia de comercio y desarrollo.

Aunque la conectividad digital está ampliamente reconocida como motor del empoderamiento económico de las mujeres, más del 70% de los encuestados que respondieron al cuestionario pone de relieve que las mujeres tropiezan con dificultades particulares para acceder a las tecnologías digitales.

La conectividad digital y el comercio electrónico son esferas en las que las asociaciones público-privadas están prosperando. Sigue habiendo un margen considerable para ampliar la financiación de la Ayuda para el Comercio en esta esfera, en particular por lo que respecta a los donantes bilaterales y los asociados Sur-Sur. El comercio puede contribuir a salvar las diferencias y reducir el costo del acceso a los productos y los servicios de TIC.

Integración del empoderamiento económico de las mujeres en la Ayuda para el Comercio

Los datos del cuestionario demuestran cómo la Ayuda para el Comercio promueve el empoderamiento económico de las mujeres, cómo los donantes y los países asociados están alineados con respecto al apoyo a las cuestiones de género en sus prioridades de Ayuda para el Comercio y cómo la Ayuda para el Comercio puede ser un instrumento importante para movilizar fondos en apoyo del empoderamiento económico de las mujeres.

La inmensa mayoría de los países en desarrollo (92%) y de los donantes (90%) incluyen el empoderamiento económico de las mujeres como prioridad en las estrategias de desarrollo. Los países integran las cuestiones de género en una amplia gama de instrumentos y políticas, empezando por sus estrategias generales de desarrollo. En particular, elaboran instrumentos específicos que abordan las perspectivas de género en un ámbito de políticas determinado. Sin embargo, la integración de la dimensión de género en la política comercial sigue siendo una asignatura pendiente para la mayoría de los países.

Los programas de Ayuda para el Comercio relacionados con las cuestiones de género que son específicos y tienen objetivos concretos se dirigen principalmente a las mujeres empresarias y agricultoras. En cambio, prestan menos atención al sector de los servicios, aunque ese sea el sector en el que trabajan la mayoría de las mujeres. El sector del turismo es una excepción y constituye uno de los objetivos de los

programas de Ayuda para el Comercio. El ejercicio de vigilancia y evaluación puso de relieve por primera vez que prevenir la violencia contra las mujeres es un objetivo fundamental de algunos programas de Ayuda para el Comercio.

Las mujeres empresarias y propietarias de empresas suelen tener redes comerciales menos extensas que sus homólogos masculinos. Los programas de Ayuda para el Comercio que proporcionan redes y plataformas digitales y también ofrecen cursos de alfabetización digital pueden ayudar a reducir esa brecha.

Los programas de Ayuda para el Comercio destinados a las mujeres están relacionados, entre otras cosas, con la facilitación del comercio, el acceso a financiación para el comercio, las redes y plataformas digitales, la adaptación al cambio climático, la prevención de la violencia de género y la promoción del comercio y la preparación para la exportación. Facilitar el comercio mediante una mejor infraestructura y procedimientos simplificados puede ayudar a todos a comerciar, en especial a las mujeres propietarias y directivas de empresas.

La recopilación de datos sobre el comercio desglosados por género es esencial para favorecer el desarrollo de políticas comerciales sensibles a las cuestiones de género y promover la participación de las mujeres en el comercio. No obstante, esa labor sigue suponiendo un reto para la mayoría de los países, al igual que la realización de evaluaciones del impacto de los programas de Ayuda para el Comercio en las cuestiones de género. Ahora bien, varios países se están esforzando por mejorar esto.



Mayoristas de chalotes en el mercado de Bandiagara (Mali).

Introducción

La Ayuda para el Comercio tiene por objeto permitir a los países en desarrollo, y en particular a los países menos adelantados (PMA), utilizar el comercio para fomentar el crecimiento económico, el desarrollo sostenible y la reducción de la pobreza. Promueve la integración de los países en desarrollo, especialmente los PMA, en el sistema multilateral de comercio y su objetivo es movilizar el apoyo necesario para crear capacidad de oferta e infraestructura relacionada con el comercio en estos países a fin de mejorar los resultados comerciales.

Un elemento fundamental de la iniciativa de Ayuda para el Comercio es el ejercicio de vigilancia y evaluación, organizado por la OMC y la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), con el que se recopila información sobre la base de las respuestas facilitadas por los donantes, los beneficiarios y otras partes en unos cuestionarios de autoevaluación acerca de los asuntos siguientes:

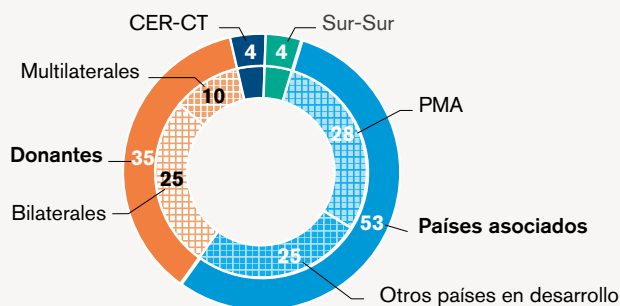
- cómo están evolucionando las prioridades en materia de Ayuda para el Comercio de los países asociados y los donantes;

- cómo se está integrando el comercio en las estrategias de desarrollo sostenible;
- cómo están los asociados para el desarrollo movilizando financiación en apoyo de los objetivos de desarrollo;
- cómo se hace el seguimiento de los resultados comerciales y qué indicadores del desarrollo se utilizan.

La transparencia aportada por el ejercicio de vigilancia y evaluación ofrece incentivos tanto a los donantes como a los receptores para llevar adelante el programa de Ayuda para el Comercio.

La presente publicación se basa en las respuestas al cuestionario facilitadas por los participantes en el marco del ejercicio conjunto de vigilancia y evaluación de la OCDE y la OMC de 2022, en el que se sustenta el Examen Global de la Ayuda para el Comercio 2022 de la OMC, cuyo tema es “Posibilitar un comercio conectado y sostenible”.¹

Gráfico 1: Respuestas al cuestionario, por categoría de participantes (2022)



Número de respuestas = 96

Fuente: Secretaría de la OMC.

En ella se analiza la información recibida de las siguientes categorías de participantes (véase el gráfico 1):

- países asociados, entre los que se incluyen países en desarrollo y PMA;
- comunidades económicas regionales (CER) y corredores de transporte (CT);
- donantes bilaterales y multilaterales;

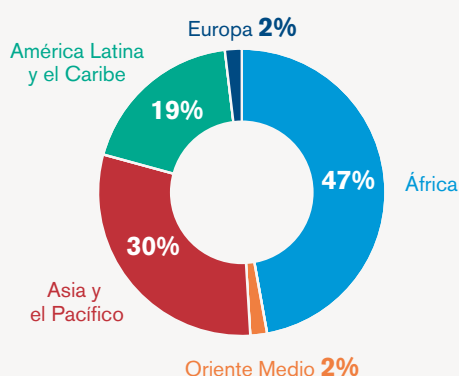
- proveedores de asistencia Sur-Sur relacionada con el comercio (es decir, entre países en desarrollo).

El cuadro 1 contiene una lista completa de los participantes. En el gráfico 2 se muestra la distribución de las respuestas de los países asociados, por región.

Cuadro 1: Resumen de los participantes que respondieron al cuestionario

Categoría	Participantes
Países asociados	
África (25)	Angola, <i>Benin</i> , <i>Burkina Faso</i> , <i>Comoras</i> , Côte d'Ivoire, <i>Etiopía</i> , Gabón, <i>Gambia</i> , <i>Guinea</i> , <i>Guinea-Bissau</i> , Guinea Ecuatorial, <i>Lesotho</i> , <i>Madagascar</i> , <i>Mali</i> , Mauricio, <i>Mauritania</i> , <i>Mozambique</i> , <i>Niger</i> , <i>República Centroafricana</i> , <i>República Democrática del Congo</i> , <i>Santo Tomé y Príncipe</i> , <i>Senegal</i> , <i>Togo</i> , <i>Uganda</i> , <i>Zambia</i>
Asia y el Pacífico (16)	<i>Bangladesh</i> , <i>Bhután</i> , <i>Camboya</i> , Fiji, Filipinas, Indonesia, <i>Kiribati</i> , <i>Myanmar</i> , <i>Nepal</i> , Pakistán, Papua Nueva Guinea, Samoa, Sri Lanka, Tuvalu, Vanuatu, Viet Nam
Europa (1)	República de Moldova
América Latina y el Caribe (10)	Colombia, El Salvador, Granada, Guatemala, México, Paraguay, Perú, República Dominicana, San Vicente y las Granadinas, Santa Lucía
Oriente Medio (1)	<i>Yemen</i>
Donantes	
Bilaterales (25)	Alemania, Australia, Austria, Canadá, República de Corea, Eslovenia, Estados Unidos de América, Federación de Rusia, Finlandia, Francia, Hungría, Irlanda, Italia, Japón, Lituania, Noruega, Nueva Zelandia, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, República Checa, Suecia, Suiza, Taipei Chino, Unión Europea
Multilaterales (10)	Banco Africano de Desarrollo (BAfD), Banco Asiático de Desarrollo (BASD), Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo (BERD), Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Banco Mundial, Centro de Comercio Internacional (ITC), Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), Corporación Islámica Internacional para la Financiación del Comercio (ITFC), Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI), Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD)
Comunidades económicas regionales y corredores de transporte (4)	Foro de las Islas del Pacífico (PIF), Secretaría de Integración Económica Centroamericana (SIECA), TradeMark East Africa (TMEA), Unión Económica y Monetaria de África Occidental (UEMAO)
Asociados Sur-Sur (4)	China, Colombia, Indonesia, Türkiye

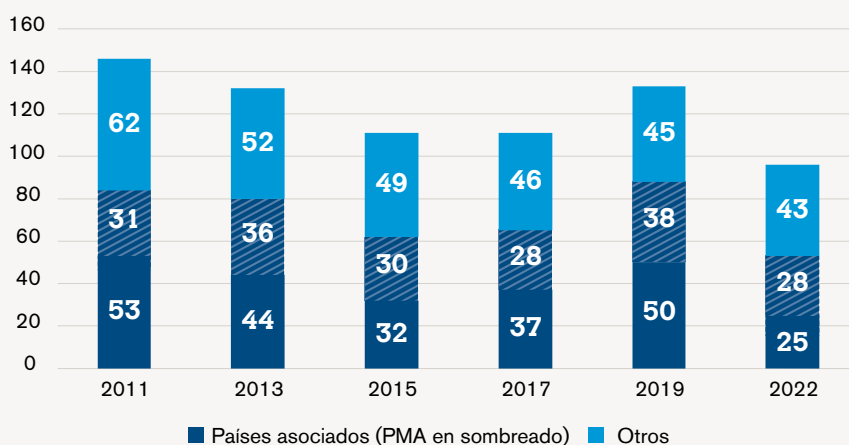
Nota: Los 28 PMA figuran en cursiva. Colombia e Indonesia presentaron dos cuestionarios distintos para reflejar su condición de países en desarrollo beneficiarios de la Ayuda para el Comercio y de proveedores de asistencia Sur-Sur. El número total de respuestas recibidas hasta el 1 de marzo de 2022 fue de 96. Las comunicaciones recibidas tras la conclusión del ejercicio de vigilancia y evaluación no se han incluido en el análisis cuantitativo; sin embargo, las observaciones formuladas en respuesta al cuestionario figuran en el texto de los capítulos y los cuadros.

Gráfico 2: Respuestas de los países asociados, por región

Fuente: Secretaría de la OMC.

Este es el octavo ejercicio de vigilancia y evaluación desde la puesta en marcha de la Ayuda para el Comercio en 2006 (véase en el gráfico 3 el desglose de las respuestas

recibidas desde 2011). En respuesta a la pandemia de COVID-19, en marzo de 2021 se organizó un ejercicio de vigilancia y evaluación por separado.

Gráfico 3: Respuestas al cuestionario por categoría de participantes (2011-2022)

Nota: De los 53 países asociados que respondieron al cuestionario de 2022, 12 (23%) son países en desarrollo sin litoral y 12 (23%) son pequeños Estados insulares en desarrollo.

Fuente: Secretaría de la OMC.

Las repercusiones de la pandemia de COVID-19 en la economía, el desarrollo y el comercio aún se estaban sintiendo cuando, en noviembre de 2021, comenzó el ejercicio de vigilancia y evaluación de 2022. Desde entonces, el conflicto en Ucrania ha agravado los problemas existentes en la cadena de suministro y ha aumentado la incertidumbre respecto de la seguridad alimentaria, lo que ha tenido importantes repercusiones en el comercio. Esa crisis ha asestado otro duro golpe a las economías que se estaban recuperando de la pandemia. Existe el riesgo de que la recuperación, ya desigual, se desequilibre aún más a medida que surjan nuevos problemas en materia de seguridad alimentaria y energética.

Estructura

La presente publicación sigue la estructura del cuestionario del ejercicio de vigilancia y evaluación de 2022 y consta de cuatro capítulos:

- Capítulo 1: Prioridades de la Ayuda para el Comercio. En este capítulo se examina la evolución de las prioridades y la reacción de los países en desarrollo y sus asociados financieros ante la pandemia de COVID-19 y su influencia en las estrategias y prioridades de desarrollo.
- Capítulo 2: Medio ambiente, comercio y desarrollo sostenible. En este capítulo se analiza el modo en que los países en desarrollo y sus asociados financieros están integrando las preocupaciones ambientales y comerciales en sus estrategias de desarrollo sostenible. También se examinan las oportunidades y las limitaciones que afrontan y cómo están movilizando los asociados para el desarrollo financiación para apoyar los objetivos de desarrollo sostenible.
- Capítulo 3: Conectividad digital, comercio electrónico y comercio sostenible. En este capítulo se estudia cómo la pandemia de COVID-19 ha dado lugar a una mayor conectividad en línea y ha impulsado la economía digital. Se analiza de qué forma los asociados financieros están apoyando el comercio digital y cómo están evolucionando las necesidades de los países en desarrollo, en especial en el contexto de la aplicación de tecnologías digitales para el desarrollo sostenible.
- Capítulo 4: Igualdad de género, empoderamiento económico de las mujeres y comercio sostenible. En este capítulo se examina la contribución de la Ayuda para el Comercio al empoderamiento económico de las mujeres y la igualdad de género.



Nota final

Puesto de frutas en la Bolsa de Productos Básicos de Bhután, que está llevando a cabo la transición a un sistema electrónico de comercio.

1. Véase *Examen global 2022. Puesta en marcha del ejercicio de vigilancia de la Ayuda para el Comercio: "Posibilitar un comercio conectado y sostenible"*, documento WT/COMTD/AFT/W/88 de la OMC, de 19 de octubre de 2021. Los cuestionarios presentados en el ejercicio de vigilancia y evaluación de 2022, así como los correspondientes a años anteriores, pueden consultarse en www.aid4trade.org, en "Country Profiles". En el documento WT/COMTD/AFT/W/92 de la OMC, de 2 de mayo de 2022, titulado *Posibilitar un comercio conectado y sostenible*, se facilita una recopilación de todas las respuestas recibidas durante el ejercicio de vigilancia y evaluación de 2022.

Arrozal en el pueblo
de Nalma (Nepal).

A woman with a joyful expression is shown in a vibrant green rice paddy field. She is wearing a bright pink turban, a blue cardigan over a red dress with intricate floral patterns, and a red beaded necklace. She is holding a bundle of harvested rice stalks. The background is a steep, terraced hillside covered in similar green rice plants, with a small stream visible in the distance. The overall scene conveys a sense of rural life and agricultural productivity.

Prioridades de la Ayuda para el Comercio



19

Prioridades de los países asociados en materia de Ayuda para el Comercio

26

Prioridades de los donantes en materia de Ayuda para el Comercio

34

Efecto de la pandemia de COVID-19 en las prioridades de la Ayuda para el Comercio

44

Importancia creciente de la Ayuda para el Comercio

Prioridades de la Ayuda para el Comercio durante la pandemia de COVID-19

El comercio como prioridad de desarrollo para el

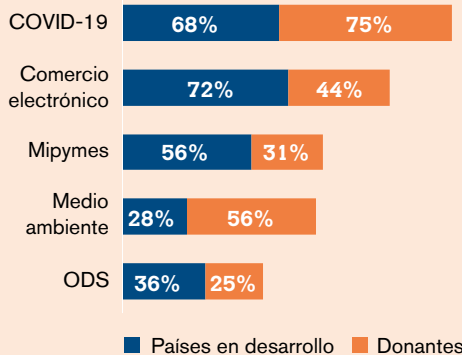


94%

de los países en desarrollo y el

86%

de los donantes



Estrategias específicas de la pandemia adoptadas por el



49%

de los países en desarrollo y el

44%

de los donantes

Otros factores que desencadenaron cambios en las estrategias

Comercio electrónico y digital



72%

de los países en desarrollo y

44%

de los donantes

Mipymes



56%

de los países en desarrollo y

31%

de los donantes

Sostenibilidad ambiental



28%

de los países en desarrollo y

56%

de los donantes

Prioridades de la Ayuda para el Comercio en 2022

Países asociados



- 57%** Facilitación del comercio
- 55%** Diversificación de las exportaciones
- 45%** Crecimiento y desarrollo de las mipymes
- 41%** Conexión a las cadenas de valor
- 41%** Desarrollo del comercio electrónico

Donantes



- 50%** Creación de capacidad productiva
- 46%** Crecimiento y desarrollo de las mipymes
- 43%** Facilitación del comercio
- 43%** Empoderamiento económico de las mujeres
- 36%** Integración regional



La Ayuda para el Comercio es ahora más importante para el **72%** de los países en desarrollo

Uno de los objetivos fundamentales del ejercicio conjunto de vigilancia y evaluación de la Ayuda para el Comercio llevado a cabo por la OCDE y la OMC en 2022 es examinar las prioridades de las partes interesadas en materia de Ayuda para el Comercio. Los resultados del ejercicio de vigilancia y evaluación de 2022 indican que la iniciativa de Ayuda para el Comercio sigue siendo necesaria. En la encuesta, más del 70% de los países en desarrollo y los países menos adelantados (PMA) dijo que la importancia de la Ayuda para el Comercio había crecido desde 2019, debido principalmente a las repercusiones económicas y comerciales de la pandemia de COVID-19.

La pandemia ha agudizado muchos de los desafíos comerciales y de desarrollo a los que se enfrentan los países en desarrollo y los PMA. Si bien el impacto económico de la pandemia ha dado lugar a muchos cambios en las prioridades de la Ayuda para el Comercio, tanto los donantes como los beneficiarios también reconocen la importancia de la Ayuda para el Comercio para hacer frente a los desafíos que plantea la transformación digital, atender las necesidades de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) y lograr la transición hacia un crecimiento ambientalmente sostenible.

La facilitación del movimiento transfronterizo de mercancías (facilitación del comercio) sigue siendo la prioridad de la Ayuda para el Comercio citada con más frecuencia, ya que los asociados y los donantes convienen en cuanto a su importancia. En consonancia con el fomento de la cooperación regional, las partes interesadas están comprometidas a seguir llevando a cabo proyectos y programas comunes.

Si bien algunas prioridades de la Ayuda para el Comercio en las estrategias de desarrollo se podrían expresar con objetivos más claramente mensurables, como en la esfera del empoderamiento económico de las mujeres, hay claras muestras del importante papel que ejerce la iniciativa de Ayuda para el Comercio a la hora de reducir la fragmentación de la ayuda y mejorar la coherencia de las políticas, sobre



El proyecto comunitario de Papua Nueva Guinea presta ayuda a las mujeres que trabajan en la pesca de subsistencia en forma de préstamos, formación, asesoramiento y acceso a los mercados para que puedan desarrollar actividades comerciales sostenibles y del sector estructurado.

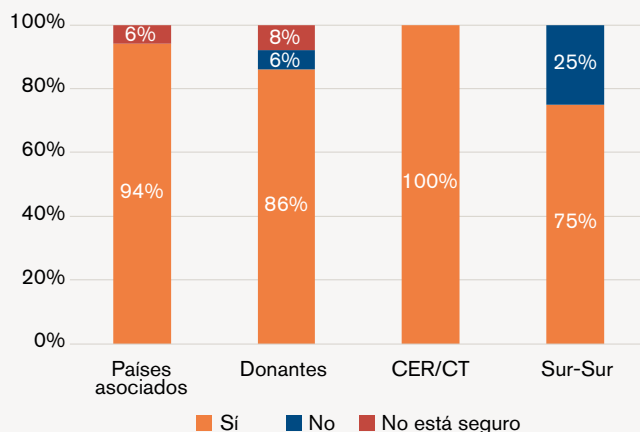
todo en lo que se refiere a hacer frente a los acuciantes problemas de la sostenibilidad ambiental y el cambio climático.

A pesar de la pandemia de COVID-19, las respuestas al cuestionario indican que el comercio sigue siendo una prioridad para el desarrollo. Los objetivos comerciales figuran en casi todas las estrategias de desarrollo mencionadas, y 50 de 53 países en desarrollo (94%) informan de que su estrategia de desarrollo incluye prioridades comerciales (véase el gráfico 1).

En el caso de los PMA, 25 de los 27 encuestados (93%) indicaron que las prioridades comerciales estaban incorporadas en las estrategias de desarrollo; los países en desarrollo sin litoral (PDSL) afirmaron eso en el 100% de las respuestas.

Abordar las cuestiones comerciales también es una prioridad en las estrategias de desarrollo de los donantes y de los asociados Sur-Sur. En las respuestas al cuestionario se indicaba que las estrategias de desarrollo de 31 de los 36 donantes (86%) incluían las prioridades comerciales (es decir, las prioridades en materia

Gráfico 1: ¿Están incluidas las prioridades comerciales en las estrategias nacionales de desarrollo?



Fuente: Secretaría de la OMC.

de Ayuda para el Comercio); y este era el caso para tres de los cuatro asociados Sur-Sur (75%).

El comercio se prioriza de diversas maneras en las respuestas al cuestionario:

- el comercio como motor para lograr la integración en la economía mundial, con la agricultura y la pesca como sectores prioritarios (Guinea Ecuatorial);
- fomento del crecimiento inclusivo, sostenible y resiliente al cambio climático, y del comercio equitativo (Unión Europea);
- el comercio como motor fundamental del crecimiento sostenible de las exportaciones y la creación de empleo (Lesotho);
- desarrollo de las industrias culturales y creativas (Unión Económica y Monetaria de África Occidental);
- promoción de un crecimiento de calidad que sea inclusivo, sostenible y resiliente (Japón);
- el comercio como instrumento para promover el empoderamiento económico de las mujeres (Canadá y República Democrática del Congo).

A partir de las respuestas proporcionadas en el cuestionario, este capítulo presenta un análisis de las tendencias generales de las prioridades

en materia de Ayuda para el Comercio y expone ejemplos basados en la información facilitada por los participantes que respondieron al cuestionario. Los resultados de este ejercicio de vigilancia y evaluación se han dividido en las siguientes secciones:

- Prioridades de los países asociados en materia de Ayuda para el Comercio;
- Prioridades de los donantes en materia de Ayuda para el Comercio;
- Efecto de la pandemia de COVID-19 en las prioridades de la Ayuda para el Comercio;
- Importancia creciente de la Ayuda para el Comercio.

En este capítulo también se incluyen estudios de casos prácticos basados en la labor de las siguientes organizaciones:

- TradeMark East Africa (TMEA): facilitación del comercio en África Oriental en respuesta a la pandemia de COVID-19;
- Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID): facilitación de las políticas comerciales en las fronteras desde una perspectiva de género.

Prioridades de los países asociados en materia de Ayuda para el Comercio

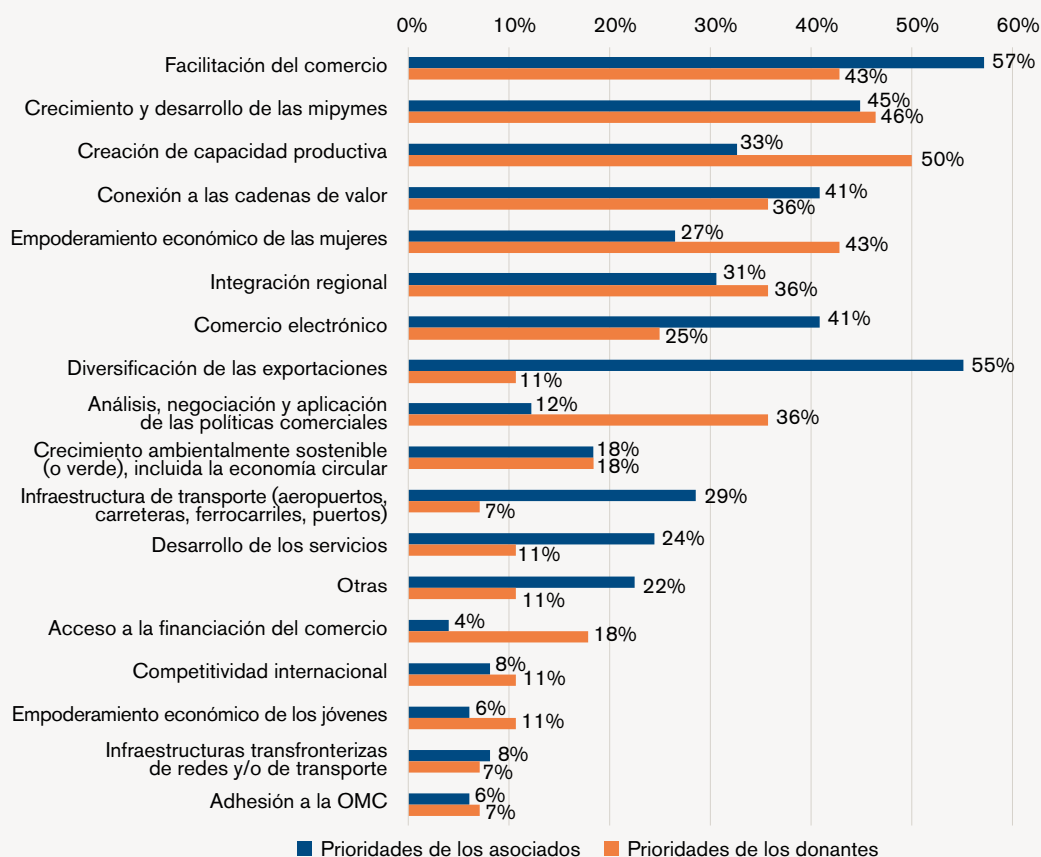
Se pidió a los encuestados que respondieron al cuestionario que clasificaran sus cinco principales prioridades en materia de Ayuda para el Comercio por orden de importancia. Las respuestas recopiladas se presentan en el gráfico 2, en el que se enumeran las prioridades más frecuentemente citadas por los países asociados, con las correspondientes clasificaciones de los donantes:

- facilitación del comercio;
- diversificación de las exportaciones;

- crecimiento y desarrollo de las mipymes;
- conexión a las cadenas de valor;
- desarrollo del comercio electrónico.

En las siguientes secciones se analiza cada una de las prioridades de la Ayuda para el Comercio. Las mipymes y el comercio electrónico se tratan en la sección relativa al efecto de la pandemia de COVID-19 en las prioridades de la Ayuda para el Comercio.

Gráfico 2: Prioridades en materia de Ayuda para el Comercio más frecuentemente citadas en el cuestionario por los países en desarrollo asociados y los donantes



Fuente: Secretaría de la OMC.

Facilitación del comercio

En las respuestas al cuestionario proporcionadas por los países asociados, la prioridad más frecuentemente citada es la facilitación del comercio. El primer puesto de la facilitación del comercio en la clasificación refleja muy probablemente el impacto de la pandemia de COVID-19 en el flujo de mercancías a través de las fronteras.¹

Muchos Gobiernos en todo el mundo adoptaron medidas para limitar la propagación del virus, como las siguientes:

- el cierre temporal de algunas fronteras;
- el desvío del comercio de tránsito a determinados puntos de control fronterizo;
- las medidas sanitarias para velar por la salud de los funcionarios que intervenían en la frontera;
- la reducción de los niveles de dotación de personal y las horas de trabajo.

Recuadro 1

Prioridades de los países en desarrollo sin litoral en materia de Ayuda para el Comercio

En el caso de los PDSL, el comercio tiene que transitar a través de otros países, a menudo los propios países en desarrollo. Esto implica un aumento de los costos, lo cual, sumado a unos procedimientos de cruce de fronteras frecuentes y gravosos y una infraestructura de transporte inadecuada, frena el desarrollo y agrava otros problemas. Según estimaciones de la OMC para 2017, los costos comerciales a que hacen frente los PDSL en el caso de los productos manufacturados equivalen por término medio a un arancel del 540% y son alrededor de 1,4 veces más elevados que los costos comerciales de los países en desarrollo ribereños (que, en promedio, equivalen a un arancel del 386%) (OMC, 2021a).

La pandemia de COVID-19 ha aumentado las vulnerabilidades que ya existían en los PDSL. Las importantes perturbaciones de la oferta y la demanda provocaron escollos en la cadena de suministro por buques portacontenedores, lo que dio lugar a una escasez de contenedores vacíos. Dado que dependen de los puertos de los países vecinos para acceder a los mercados mundiales, los PDSL sufrieron graves alteraciones en la cadena de suministro.

La necesidad de aliviar los escollos comerciales que obstaculizan el comercio en los PDSL pone de relieve la importancia de la facilitación del comercio. La facilitación del comercio no solo reduce los elevados costos del comercio y el transporte a los que se enfrentan estos países, sino que también simplifica los procedimientos y agiliza el flujo de mercancías.

Respondieron al cuestionario un total de 12 PDSL, 9 de los cuales identificaron la facilitación del comercio como su principal prioridad comercial, seguida de la diversificación de las exportaciones y la creación de capacidad productiva.

Los PDSL también consideran que la Ayuda para el Comercio ha adquirido más importancia que antes de la aparición de la pandemia de COVID-19. Alrededor del 75% de los encuestados consideran que la Ayuda para el Comercio es un mecanismo que puede ayudar al Gobierno a aplicar el Acuerdo sobre Facilitación del Comercio (AFC) de la OMC, que entró en vigor en febrero de 2017. La aplicación del AFC mejoraría a su vez la integración de estos países en las cadenas de valor mundiales y aumentaría las oportunidades de acceso a los mercados internacionales.

La facilitación del comercio fue un tema destacado en el evento de Ayuda para el Comercio celebrado en marzo de 2021, en el que se examinaron las repercusiones de la pandemia de COVID-19 en el comercio y el desarrollo de los países en desarrollo.² Los participantes mencionaron la digitalización de los procedimientos aduaneros, la coordinación de la gestión fronteriza y la mejora de la transparencia como elementos cruciales para mitigar los efectos de la pandemia en el comercio y gestionar el auge de los paquetes pequeños atribuido al comercio electrónico.

Los participantes en el evento de Ayuda para el Comercio también examinaron la vulnerabilidad de los países en desarrollo sin litoral (PDSL) frente a los efectos de las restricciones transfronterizas y los cierres de fronteras aplicados por los países de tránsito (véase el recuadro 1). Esas cuestiones aparecen con frecuencia en las respuestas al cuestionario del ejercicio de vigilancia y evaluación de 2022 (véase más información en el recuadro 1).

Diversificación de las exportaciones

La diversificación económica es una prioridad fundamental para muchos países en desarrollo, ya que su finalidad es ampliar la oferta de bienes y servicios que producen y exportan, así como el número de mercados a los que llegan. Veintisiete de los encuestados respondieron que la diversificación económica era una prioridad en las estrategias nacionales o regionales de desarrollo (para más información, véase el cuadro 2).



Inspección de la carga en el puesto fronterizo de Wahgah entre la India y el Pakistán.

Cuadro 1: Prioridades de los países asociados en materia de Ayuda para el Comercio: facilitación del comercio

Regiones	Respuestas al cuestionario
África	
Mali	Fortalecimiento de la ventanilla única y su interconexión con otros organismos que intervienen en la frontera (por ejemplo, aduanas, impuestos, seguros, bancos, departamentos de agricultura e industria, o servicios veterinarios)
Mozambique	La Ayuda para el Comercio es necesaria para aplicar el AFC
Zambia	La mejora de la facilitación del comercio es una prioridad en la política comercial nacional
Asia y el Pacífico	
Fiji	La política comercial nacional aborda la facilitación del comercio
Pakistán	La Ayuda para el Comercio es necesaria para aplicar el AFC
Papua Nueva Guinea	Se da prioridad a la facilitación del comercio en la estrategia de desarrollo y la política comercial
América Latina y el Caribe	
Granada	La Ayuda para el Comercio reviste más importancia debido a la necesidad de aplicar las medidas de facilitación del comercio de la OMC para aumentar la transparencia y reducir el plazo de despacho en puerto
Santa Lucía	Creación de una ventanilla única para reducir las ineficiencias y los costos relacionados con los puertos

Cuadro 2: Prioridades de los países asociados en materia de Ayuda para el Comercio: diversificación de las exportaciones

Regiones	Respuestas al cuestionario
África	
Burkina Faso	Estrategia de promoción de los productos locales (por ejemplo, desarrollo sostenible del sector de la manteca de karité)
Guinea Ecuatorial	Se da prioridad a los sectores agropecuario y pesquero en la estrategia de diversificación de las exportaciones
Mali	Desarrollo de las cadenas de valor para el karité, el mango, el sésamo, el anacardo, la patata, los chalotes y cebollas, y los cueros y pieles
República Democrática del Congo	Se da prioridad a los sectores con un elevado potencial de crecimiento (minería, hidrocarburos, metalurgia) y aquellos con un elevado potencial de empleo (silvicultura, alimentación y cultivos comerciales, agroindustria)
América Latina y el Caribe	
Santa Lucía	Objetivos numéricos anuales de llegadas de cruceros y en los aeropuertos para aumentar el gasto turístico y la calidad de las experiencias

Conexión a las cadenas de valor

La promoción de la competitividad internacional, la creación de capacidad productiva y la conexión a las cadenas de valor también ocupan un lugar destacado entre las prioridades de los países en desarrollo y los donantes en materia de Ayuda para el Comercio. Así se constata especialmente en las respuestas al cuestionario proporcionadas por los PMA y los PDSL. Guinea Ecuatorial, Madagascar, Mali, Nepal, Filipinas y Zambia se refieren a estas prioridades de la Ayuda para el Comercio en el contexto de la promoción de la industrialización o las estrategias industriales nacionales (para más información, véase el cuadro 3).

En su respuesta, el Togo se muestra convencido de que su desarrollo económico depende de que la agricultura, la industria y el comercio sean los verdaderos motores del crecimiento gracias a una mejor conexión a las cadenas de valor regionales y mundiales. Esto requiere la creación de industrias extractivas y transformadoras de materias primas locales.

Las cadenas de valor mundiales son un importante motor de prosperidad económica y reducción de la pobreza. Sin embargo, la pandemia de COVID-19 afectó duramente al funcionamiento de estas cadenas (véase el recuadro 2). Las repercusiones de los escollos producidos en las cadenas de suministro tanto en mar como en tierra se han ido expandiendo.



“Las cadenas de valor mundiales son un importante motor de prosperidad económica y reducción de la pobreza”.

Mujeres vendiendo salsas y pastas en el mercado de Bandiagara (Mali).

Los atascos del transporte interior, la saturación de los puertos y la escasez de trabajadores portuarios, camiones, chasis y espacio de almacenamiento han limitado mucho la capacidad de transporte.

La crisis de las cadenas de suministro y las respuestas para superarla han exacerbado las tensiones existentes en las redes de transporte y logística, y ha aumentado la preocupación por las repercusiones en la competencia. La

concentrada estructura empresarial en el sector del transporte marítimo mundial, la ampliación de las actividades de los transportistas marítimos a servicios que van más allá de las actividades puerto a puerto, y el trato especial concedido a algunos clientes (por ejemplo, mediante contratos a largo plazo, con franjas horarias garantizadas y tarifas fijas), fueron algunas de las preocupaciones planteadas en el Foro de la OMC sobre las Cadenas de Suministro Mundiales celebrado el 21 de marzo de 2022.³

Recuadro 2

Las cadenas de valor mundiales y las repercusiones para el comercio y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo

En un informe de 2022 del Banco Mundial se analizaron las repercusiones de la evolución de las cadenas de valor mundiales en el comercio y la reducción de la pobreza en los países en desarrollo (Brenton *et al.*, 2022). Se concluyó que, aunque la participación en las cadenas de valor mundiales aumentaba la vulnerabilidad de los exportadores frente a las perturbaciones externas, también reducía su exposición a las perturbaciones nacionales.

En el informe se constata que los países de Asia Oriental que están profundamente integrados en las cadenas de valor mundiales se han recuperado con mayor rapidez, especialmente aquellos cuyos interlocutores comerciales también se estaban recuperando rápidamente y en los que las tasas de infección por la COVID-19 eran más bajas. Las cadenas de valor mundiales con un buen funcionamiento han sido una fuente de resiliencia para los países en desarrollo, más que una fuente de vulnerabilidad. En cambio, los países y regiones menos integrados en la economía mundial se han quedado rezagados, y se espera que muchos países de ingresos bajos y medianos no recuperen sus niveles de PIB per cápita de 2019 hasta 2023.

El Banco Mundial sostiene que la integración en el sistema mundial de comercio contribuye a crear resiliencia. La diversificación de las exportaciones, el aumento del acceso a los mercados extranjeros mediante nuevos acuerdos comerciales y la continua integración en las cadenas de valor mundiales pueden potenciar la resiliencia frente a futuras perturbaciones.

Las medidas destinadas a reducir los obstáculos al comercio, simplificar los procedimientos comerciales y facilitar el comercio en las fronteras ayudan a dar una respuesta a una crisis, al agilizar el movimiento, el levante y el despacho de las mercancías, incluidas las mercancías en tránsito, y hacer posible el intercambio de servicios, allanando el camino para una mayor resiliencia frente a futuras perturbaciones. Esas medidas facilitan la integración en las cadenas de valor mundiales, multiplican los ingresos y podrían sacar de la pobreza a casi 22 millones de personas más para 2030. Las medidas también aumentarían los ingresos del 40% más pobre de la población.



OPINIÓN EXPERTA

Turismo: desde la crisis hasta la transformación

Sandra Carvão, Directora de Inteligencia de los Mercados y Competitividad, Organización Mundial del Turismo (OMT)

El año 2020 quedará inscrito en los libros de historia como el año en que el planeta se paralizó. Basado en la movilidad y la interacción entre las personas, el turismo figura entre los sectores más afectados por la pandemia. En 2020, el número de turistas internacionales retrocedió a los niveles de hace 30 años, y las empresas y los medios de subsistencia de todo el mundo se vieron gravemente afectados. Esto fue especialmente duro para los países en desarrollo, especialmente los pequeños Estados insulares en desarrollo, así como para las mujeres y los jóvenes, para los que el turismo es una fuente importante de empleo e ingresos.

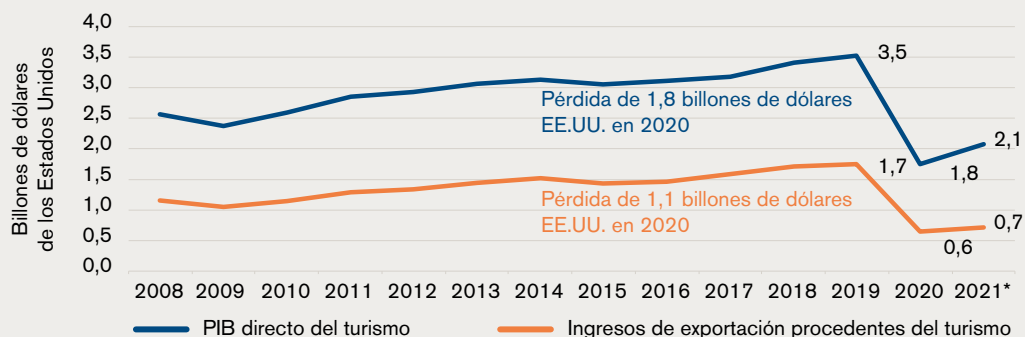
En 2019 viajaron internacionalmente 1.500 millones de personas, y los ingresos de exportación del turismo ascendieron a 1,7 billones de dólares EE.UU., que equivalían al 7% de las exportaciones totales de bienes y servicios. La contribución económica directa del turismo alcanzó 3,5 billones de dólares EE.UU., es decir, el 4% del PIB mundial (OMT, 2021). Tras concluir el segundo año de una crisis sin precedentes, la contribución económica directa del turismo siguió siendo baja en 2021, por un valor de 2,1 billones de dólares EE.UU., y el valor

total de las exportaciones de servicios turísticos fue de 713.000 millones de dólares EE.UU.

Sin embargo, aunque la equidad en materia de vacunas sigue siendo un reto, los avances logrados con respecto a la vacunación, junto con una mayor coordinación entre los Gobiernos, han dado lugar a una importante flexibilización de las restricciones* para viajar y al aumento de la confianza de los consumidores. La última edición del *Barómetro del Turismo Mundial* de la OMT muestra que el turismo internacional se está recuperando a un ritmo intenso (OMT, 2022).

El número de llegadas aumentó un 182% interanual en el primer trimestre de 2022 y se estimó en 117 millones. A pesar del fuerte repunte, el turismo internacional se mantuvo un 61% por debajo de los niveles de 2019. Se espera que la recuperación se consolide a lo largo de 2022, a medida que se flexibilicen las restricciones en más destinos y se libere la demanda reprimida. Sobre la base de unos resultados mejores que los previstos, así como de las tendencias de las reservas, la OMT revisó al alza sus perspectivas

Producto interno bruto (PIB) directo del turismo e ingresos de exportación procedentes del turismo, a nivel mundial (2008-2021)

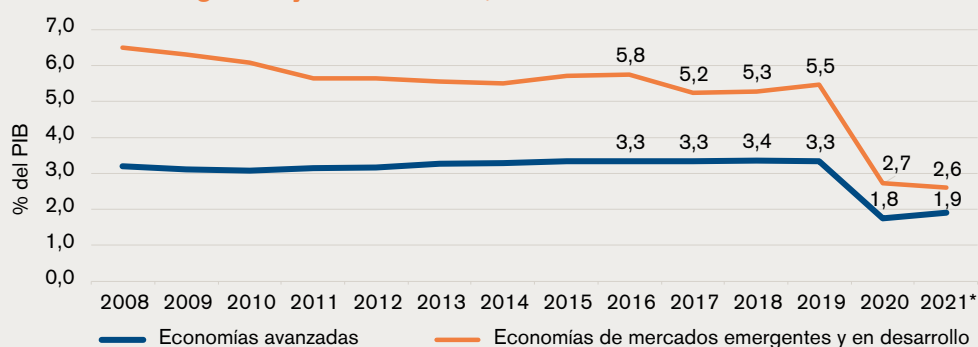


* Estimación de datos para 2021.

Fuente: OMT.

* A mediados de junio, 49 países de todo el mundo habían eliminado todas las restricciones a los viajes relacionadas con la COVID (véase <https://www.unwto.org/es/unwto-iata-destination-tracker>).

PIB directo del turismo, economías avanzadas frente a economías de mercados emergentes y en desarrollo, 2008-2021



* Estimación de datos para 2021.

Fuente: OMT.

para 2022, y ahora se prevé que este año las llegadas internacionales alcancen el 55%-70% de los niveles de 2019.

Antes de la crisis, los países menos adelantados (PMA) habían sido visitados por 36 millones de turistas internacionales. En 2021, ese valor se situó en 5 millones. Mientras que el turismo internacional se recuperó hasta el -61% en el primer trimestre de 2022 a nivel mundial, las llegadas en los PMA seguían en mínimos del -79%, lo que reflejaba la necesidad de acelerar el levantamiento de las restricciones a los viajes y de ayudar a los países a volver a ser más fuertes y más competitivos. Esto significa desarrollar la reglamentación relacionada con el turismo de los PMA, la gobernanza, las competencias, el acceso a los mercados, la digitalización y la infraestructura para garantizar que los PMA se beneficien plenamente de la recuperación del turismo y aceleren su transformación.

El conflicto en Ucrania ha tenido hasta ahora un impacto directo limitado en los resultados globales. Sin embargo, el conflicto está causando una importante perturbación económica que agrava los ya elevados precios del petróleo y la inflación y altera las cadenas de suministro internacionales, lo que da lugar a mayores costos de transporte y alojamiento. La inflación y la escasez de personal son desafíos crecientes.

Mientras se consolida la recuperación, es esencial que el turismo aproveche esta crisis como una oportunidad para acelerar la transformación hacia un futuro basado en la competitividad, la inclusión, la sostenibilidad y la sólida gobernanza que incorpore las enseñanzas extraídas de la pandemia:

- **Competitividad:** invertir en nuevos productos y experiencias que respondan a las necesidades cambiantes de los viajeros, como las experiencias basadas en la naturaleza y de participación en la comunidad; fomentar la digitalización del sector, en particular para las pequeñas y medianas empresas, que representan más del 80% del tejido empresarial; promover las políticas de cielos abiertos y de facilitación de visados, así como la financiación para la infraestructura, sobre todo en la esfera de la conectividad, en particular la conectividad digital.
- **Inclusión:** trabajar para lograr un mayor empoderamiento de las mujeres, la inclusión de las comunidades locales en el desarrollo del turismo, la mejora de las condiciones de trabajo y la solución de la informalidad en el sector, así como la mejora de la educación y las competencias.
- **Sostenibilidad:** acelerar la acción por el clima en el turismo mediante sólidas medidas y el compromiso de reducir las emisiones a la mitad durante el próximo decenio y reducir las emisiones netas a cero lo antes posible antes de 2050. Invertir en mediciones, descarbonización y regeneración.
- **Gobernanza:** promover un enfoque del desarrollo y la gestión del turismo en el que participen todas las instancias del Gobierno y que se base en la coordinación nacional y nacional-local; hacer avanzar las asociaciones entre los sectores público y privado y el empoderamiento de la comunidad hacia un modelo de asociación entre el sector público, el privado y la comunidad; y crear nuevos mecanismos de coordinación multilateral para aumentar la competitividad y la sostenibilidad del turismo y, al mismo tiempo, reforzar la preparación ante las crisis.

Cuadro 3: Prioridades de los países asociados en materia de Ayuda para el Comercio: conexión a las cadenas de valor

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
África	
Mali	Los sectores agropastorales, como el algodón, los cueros y las pieles, la carne, la leche y el mango, necesitan apoyo para entrar en las cadenas de valor mundiales
Togo	El desarrollo económico depende de la liberalización para hacer que la agricultura, la industria y el comercio sean los verdaderos motores del crecimiento gracias a una mejor conexión a las cadenas de valor regionales y mundiales, lo que requiere la creación de industrias extractivas y de transformación de materias primas locales
Uganda	Una de las prioridades es el desarrollo de las cadenas de valor
Asia y el Pacífico	
Fiji	Entre las prioridades figura la conexión a las cadenas de valor
Pakistán	Las prioridades incluyen la integración en las cadenas de valor mundiales
América Latina y el Caribe	
Colombia	Necesidad permanente de diversificar las exportaciones, sumada a los nuevos desafíos en las cadenas de valor
Donantes	
Unión Económica y Monetaria de África Occidental	La UEMAO señala la necesidad de utilizar la Ayuda para el Comercio para apoyar el desarrollo de las cadenas de valor regionales

Prioridades de los donantes en materia de Ayuda para el Comercio

Los resultados del gráfico 1 muestran que, entre los donantes, las cinco principales prioridades en materia de Ayuda para el Comercio son las siguientes:

- creación de capacidad productiva;
- crecimiento y desarrollo de las mipymes;
- facilitación del comercio;
- empoderamiento económico de las mujeres;
- integración regional.

En las siguientes secciones se analiza cada una de las prioridades de la Ayuda para el Comercio. La creación de capacidad productiva y las mipymes se tratan en la sección relativa a la pandemia de COVID-19 como principal factor que ha dado lugar a cambios.

Facilitación del comercio

La Unión Económica y Monetaria de África Occidental (UEMAO) puso de relieve el impacto de la COVID-19 en los comerciantes transfronterizos de pequeña escala. Entre las perturbaciones causadas por la COVID-19 figuran las siguientes:

- caída de la demanda;
- dificultades para acceder a los puntos de venta;
- dificultades de suministro;
- escasez de insumos y productos.

A su vez, las perturbaciones hicieron disminuir la rentabilidad de las actividades comerciales y repercutieron directamente en los ingresos y las condiciones de vida de los comerciantes.

En el estudio se constató que, como respuesta, los comerciantes tuvieron que diversificar su fuente de ingresos y adoptar los pagos digitales.

En su respuesta al cuestionario, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID) señala que casi todos los países de América Latina y el Caribe han reaccionado frente a la pandemia de COVID-19 aplicando medidas de facilitación del comercio que aceleran la digitalización, enfocadas en:

- la simplificación de los procedimientos comerciales;
- el ajuste de los sistemas de exportación para recibir la información y los documentos electrónicamente;
- la realización de inspecciones virtuales y remotas de la carga;
- la elaboración de auditorías virtuales del comercio exterior.

En general, la pandemia dio un impulso a las iniciativas de transformación digital ya en curso y despertó el interés de los países que anteriormente no habían previsto utilizarlas (véase más información en el cuadro 4). Algunas de las iniciativas que el BID constata que han salido reforzadas son las siguientes:

- la rastreabilidad remota de las mercancías y los vehículos con ayuda de la tecnología;
- el fomento de la interacción con el sector privado;
- las iniciativas para mejorar la gestión de las corrientes de comercio electrónico;
- las nuevas tecnologías para el análisis de datos (por ejemplo, análisis avanzados, aprendizaje automático, macrodatos);
- el uso de la tecnología de cadena de bloques para la rastreabilidad.

La Unión Europea señala en el cuestionario que el mecanismo y programa de apoyo al comercio ARISE+ Indonesia resultó oportuno durante la pandemia de COVID-19. Proporcionaba un entorno seguro y confidencial que se valorizó al hacerse cada vez más difícil o incluso imposible llevar a cabo las reuniones físicas y las oportunidades de consulta. Con ARISE+ Indonesia se ha establecido una interfaz electrónica para que los consejos empresariales, asociaciones comerciales y cámaras de comercio de la ASEAN colaboren con los órganos y miembros pertinentes de la ASEAN en materia de facilitación del comercio, integración económica regional y comercio dentro de la ASEAN.

Cuadro 4: Prioridades de los donantes en materia de Ayuda para el Comercio: facilitación del comercio

Donantes	Respuestas al cuestionario
Australia	El Programa de Facilitación del Comercio de la Región de Asia Meridional (SARTFP) apoya un comercio más amplio e inclusivo, la inversión en infraestructura, la conectividad y la integración en la región de Asia Meridional
Banco Asiático de Desarrollo	Se están preparando notas orientativas sobre la facilitación del comercio, las vacunas y los medicamentos esenciales, y las ventanillas únicas nacionales Las publicaciones incluyen un compendio de notas técnicas sobre la facilitación del comercio y un conjunto de herramientas para las mipymes Se ha establecido un centro de recursos para coordinar los conocimientos sobre la facilitación del comercio
Banco Mundial	La facilitación del comercio es una prioridad de la Ayuda para el Comercio
Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo	Considera que la aplicación del AFC es una prioridad importante

Estudio de caso práctico

TMEA: facilitación del comercio en África Oriental en respuesta a la pandemia de COVID-19

Alarmados por la posible disminución del comercio en África Oriental y las consiguientes pérdidas de puestos de trabajo y exportaciones a causa de la pandemia de COVID-19, muchos Gobiernos de la región se esforzaron por mantener una actividad comercial segura a lo largo de los principales corredores de transporte, para garantizar que:

- las personas tuvieran acceso a productos asequibles;
- los mercados estuvieran bien abastecidos;
- los comerciantes siguieran estando en condiciones de operar a pesar de las restricciones de circulación y de la pérdida de ingresos.

TradeMark East Africa (TMEA) creó el Servicio de Emergencia para un Comercio Seguro por valor de 32 millones de dólares EE.UU. para garantizar la seguridad en el comercio y proteger al mismo tiempo los medios de subsistencia, prestando apoyo a los Gobiernos para que pudieran adoptar medidas sanitarias esenciales en las rutas de transporte y comercio.

Las medidas de distanciamiento físico y las pruebas exigidas a los trabajadores del transporte transfronterizo ralentizaban el despacho de mercancías en las fronteras. Para solucionar esto, TMEA trabajó en tres cuestiones principales:

- velar por que los puertos, las fronteras y las cadenas de suministro esenciales ofrecieran condiciones seguras para el comercio;
- distribuir equipo de protección personal de urgencia;
- promover las intervenciones en materia de tecnología comercial.

Como parte de las intervenciones en materia de tecnología comercial, TMEA ayudó a 113.000 conductores a registrarse en el Sistema Electrónico Regional de Seguimiento de Cargas y Conductores, implantado por la Comunidad de África Oriental. Alrededor del 70% de los

conductores registrados tenían al menos un certificado digital de COVID-19 en la aplicación móvil.



Cola de camiones en el puesto fronterizo de Kabanga, entre Burundi y Tanzania.

Los certificados digitales contribuyeron a facilitar el tráfico en los puestos fronterizos, que anteriormente quedaba bloqueado por las colas provocadas por las largas esperas para obtener los resultados de las pruebas de COVID-19. Esta intervención en materia de tecnología comercial fue una de las diversas medidas adoptadas para garantizar que las mercancías siguieran circulando, reduciendo al mismo tiempo el riesgo de transmisión transfronteriza de la COVID-19.

Fuente: Véase https://www.trademarka.com/wp-content/uploads/dlm_uploads/2014/01/Safe-Trade-Report-2020-2021.pdf.

Empoderamiento económico de las mujeres

En cuanto al empoderamiento económico de las mujeres, hubo variedad de respuestas al cuestionario (véase más información en el cuadro 5), en particular referidas a la necesidad de:

- dar prioridad a la inclusión que tenga en cuenta a todas las comunidades, pero especialmente a los sectores más vulnerables de la población, como la población indígena y las mujeres (México);
- integrar las perspectivas de género en la facilitación del comercio (Alemania, Australia, Canadá, Estados Unidos, Reino Unido, Unión Europea);
- promover la sensibilización de los agentes de frontera en cuestiones de género (Alemania).

En sus respuestas al cuestionario, el Canadá y el Reino Unido se refieren a la Alianza Mundial para la Facilitación del Comercio, que es una asociación entre los sectores público y privado que apoya a los Gobiernos de los países en desarrollo y los PMA en la aplicación del AFC, y destacan sus directrices sobre la aplicación del AFC a través de una perspectiva de género.



Vendedoras de fruta en la carretera entre Uagadugú y Manga (Burkina Faso).

Cuadro 5: Prioridad de la Ayuda para el Comercio: empoderamiento económico de las mujeres

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
África	
República Democrática del Congo	Empoderamiento económico de las mujeres como prioridad
América Latina y el Caribe	
México	Se da prioridad a la inclusión que tenga en cuenta a todas las comunidades, en particular a las más desprotegidas, y a los sectores más vulnerables de la población (a saber, la población indígena y las mujeres)
Donantes	
Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional	Aplicación de políticas desde una perspectiva de género La neutralidad de género puede dar lugar a un sesgo involuntario contra las mujeres
Alemania	Apoya la facilitación del comercio en la frontera de Mwami-Mchinji entre Malawi y Zambia con un proyecto que promueve la sensibilización de los agentes de frontera en cuestiones de género
Banco Mundial	Aunque se suele dar por sentado que las medidas de facilitación del comercio no son discriminatorias y que están concebidas para todos los comerciantes, estas pueden afectar o beneficiar a los comerciantes de diferentes maneras
Canadá	Ayuda enmarcada en el contexto de la "política exterior feminista"

En un estudio publicado en 2020 y financiado por la USAID se examinan el empoderamiento económico de las mujeres y la igualdad de género en términos de facilitación del comercio (véase el estudio de caso práctico de la USAID). Entre las recomendaciones del estudio figura la de aplicar las políticas desde una perspectiva de género (Singh *et al.*, 2020). La neutralidad de género puede dar lugar a un sesgo involuntario contra las mujeres, como se subraya en el estudio. Este punto también se pone de relieve en la respuesta al cuestionario proporcionada por el Banco Mundial, en la que se recuerda que se suele dar por sentado que las medidas de facilitación del comercio no son discriminatorias y que están concebidas para todos los

comerciantes. Sin embargo, estas medidas no siempre afectan o benefician a todos los comerciantes de forma similar.

Hay una escasez mundial de datos sobre la manera en que estas intervenciones en materia de facilitación del comercio afectan a los comerciantes según su género a nivel de empresas. También hay una falta de información sobre la proporción real de comerciantes transfronterizos que son mujeres. Pocos países conocen el número de mujeres que participan en el comercio transfronterizo.

Estudio de caso práctico

USAID: facilitación de las políticas comerciales en las fronteras desde una perspectiva de género

El informe *Women's Economic Empowerment and Gender Equality in Trade Facilitation: The Role of Customs and Border Services*, publicado en 2020 por la USAID, ofrece recomendaciones sobre la manera de aplicar las políticas de facilitación del comercio en la frontera desde una perspectiva de género.

Incluso antes de presentarse ante los organismos aduaneros, las mujeres se enfrentan a una enorme cantidad de obstáculos para emprender sus negocios y hacerlos prosperar:

- acceso desigual a los servicios financieros;
- costos más elevados de los bienes y servicios debido a su menor escala y a un acceso desigual a las redes de distribución;
- falta de acceso a información sobre temas jurídicos, de marketing, de tecnología de la información y de comercio.

Las cargas desproporcionadas en el cuidado de los niños, así como de las personas mayores, enfermos y discapacitados en su familia, también suponen una serie de limitaciones para la mujer que, en el caso del hombre, son inexistentes. Las mujeres comerciantes en pequeña escala también se enfrentan a bajos niveles de alfabetización, debido a la falta de escolarización y a la carencia de conocimientos empresariales. Tienden a tener un acceso limitado al capital, a la influencia social y política y a la representación. Operan en entornos dominados por hombres, en los que tienen poco poder en comparación con los funcionarios de aduanas y de frontera del sexo masculino.

Al tratar con las mujeres comerciantes, los funcionarios de aduanas a veces tienen mucho contacto directo, sobre todo cuando no hay ninguna automatización o esta es limitada. En estos casos, la manera en que se comporten las mujeres comerciantes puede determinar la facilidad o dificultad con que logren realizar sus trámites aduaneros, especialmente las comerciantes



Women cross-border traders wait at the Rubavu border-crossing between the Democratic Republic of the Congo and Rwanda.

transfronterizas en pequeña escala. Incluso en los casos en que los procesos aduaneros están automatizados y la interacción personal con los organismos es mínima (y principalmente a través de agentes de aduanas y abogados), las mujeres comerciantes pueden encontrar más obstáculos, desde un acceso desigual a la información, a las redes y al capital, hasta normas sociales que favorecen el liderazgo masculino.

Las políticas de facilitación del comercio y las medidas de aplicación deben tener en cuenta y apoyar las necesidades de las mujeres, en particular las comerciantes transfronterizas y otras microcomerciantes. La aplicación neutra en cuanto al género no es suficiente. Los avances en el apoyo de las necesidades y experiencias de las mujeres comerciantes son más sostenibles cuando se llevan a cabo en el contexto de culturas y procesos organizativos (es decir, arquitecturas institucionales) que tienen por objeto abordar y promover la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres. En este contexto, los organismos aduaneros pueden y deben crear entornos de trabajo que sean más diversos (aumentando la confianza y la legitimidad institucional, y siendo un reflejo de la población a la que prestan servicio) y que den más apoyo a las mujeres comerciantes (mediante la reducción de la corrupción y del acoso sexual).

Fuente: Texto adaptado de Singh *et al.* (2020).

Integración regional

Una de las prioridades en materia de Ayuda para el Comercio que se desprende del ejercicio de vigilancia y evaluación según los países asociados y los donantes es la integración regional (véase más información en el cuadro 6).

África

Varios países africanos identificaron la Zona de Libre Comercio Continental Africana (AfCFTA) como principal factor que ha dado lugar a cambios en sus prioridades de la Ayuda para el Comercio. Malí, por ejemplo, subraya que para poder participar en el comercio continental en el marco de la AfCFTA tiene que reforzar la competitividad de sus empresas y eliminar obstáculos al comercio. También tiene que alentar a sus empresas a innovar e invertir más en nuevas técnicas modernas de producción, así como fomentar el intercambio de productos con alto valor añadido.

Varios donantes también destacan su apoyo a la aplicación de la AfCFTA en sus respuestas al cuestionario, por ejemplo:

- La Unión Europea respalda la aplicación de la AfCFTA como parte de las Iniciativas del Equipo Europa y el Rastreador de Programación Conjunta.⁵
- El Centro de Comercio Internacional apoya la inclusión de género a través del proyecto SheTrades relacionado con el empoderamiento de las mujeres en la AfCFTA.⁶
- El Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) apoya una AfCFTA inclusiva mediante programas de acción específicos para las mipymes (especialmente las dirigidas por mujeres y jóvenes).⁷
- El Reino Unido respalda las negociaciones y la aplicación de la AfCFTA con un paquete de hasta GBP 35 millones.⁸

Región del Pacífico

La ayuda para la aplicación del Acuerdo del Pacífico sobre Estrechamiento de Relaciones Económicas (PACER) Plus se pone de relieve en la respuesta de Australia al cuestionario.

Australia observa que el Acuerdo ofrece un nuevo foro para el diálogo sobre políticas y la adopción de decisiones acerca de las prioridades en materia de Ayuda para el Comercio, y hace referencia a la Unidad de Aplicación⁹, establecida para ayudar a aplicar el PACER Plus y ofrecer actividades regionales de Ayuda para el Comercio en el marco del nuevo Programa de Trabajo sobre Desarrollo y Cooperación Económica del PACER Plus.

Región árabe

La Corporación Islámica Internacional para la Financiación del Comercio menciona en su respuesta al cuestionario los enfoques regionales de la Ayuda para el Comercio y la recuperación tras la COVID-19. La segunda fase del programa de la Iniciativa de Ayuda para el Comercio de los Estados Árabes (AFTIAS) tiene por objeto aumentar el comercio intrarregional mediante:

- la eliminación de los obstáculos al acceso a los mercados;
- la mayor presencia de los Estados árabes en las cadenas de valor mundiales;
- la garantía de que los beneficios que reporta el comercio sean compartidos de manera más inclusiva entre todos los grupos de la población, en particular los grupos vulnerables, como las mujeres y los jóvenes.

Asia

En su respuesta al cuestionario, el Banco Asiático de Desarrollo (BAsD) sostiene que una de las enseñanzas extraídas de la pandemia de COVID-19 es que la cooperación e integración regionales tienen que ser más amplias, profundas y abiertas. Señala oportunidades para la cooperación e integración regionales en los principales temas emergentes que sustentan los objetivos de recuperación inclusiva, sostenible y resiliente (BAsD, 2022). El BAsD aboga por la ampliación de la cooperación e integración regionales a esferas nuevas y emergentes como las siguientes:

- conectividad regional de alta calidad que sea resiliente y contribuya a efectuar la transición hacia unas emisiones netas nulas, lo que

incluye los ferrocarriles, los puertos y una infraestructura comercial que utilice energía limpia;

- facilitación del comercio y financiación para que las cadenas de suministro sean más resilientes;
- comercio de servicios basados en TIC, la digitalización y el comercio electrónico;
- crecimiento ambientalmente sostenible.

Comerciante de mercado de Tanzania presentando con orgullo sus especias.



Cuadro 6: Prioridad de la Ayuda para el Comercio: integración regional

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
África	
Madagascar	Fortalecimiento de la integración regional con la AfCFTA, el Mercado Común de África Oriental y Meridional y la Comunidad de Desarrollo de África Meridional
Mali	Para participar en la AfCFTA, es necesario mejorar la competitividad de las empresas y eliminar los obstáculos al comercio Las empresas tienen que innovar e invertir más en nuevas técnicas modernas de producción, así como fomentar el intercambio de productos con alto valor añadido
Donantes	
Australia	El PACER Plus ofrece un nuevo foro para el diálogo sobre políticas y la adopción de decisiones acerca de las prioridades en materia de Ayuda para el Comercio Se estableció una Unidad de Aplicación para aplicar el PACER Plus. Programa de Trabajo sobre Desarrollo y Cooperación Económica del PACER Plus con un presupuesto de AUD 25 millones (2021-2025) La estrategia regional de Ayuda para el Comercio del Pacífico, coordinada por la secretaría del Foro de las Islas del Pacífico, y la evaluación de las necesidades del PACER Plus realizada en 2021 contribuyen a fundamentar y configurar el enfoque y las actividades regionales de Ayuda para el Comercio de Australia
Canadá	Impulso de las corrientes comerciales intraafricanas de bienes y servicios inocuos para el medio ambiente mediante la realización de una evaluación ambiental estratégica con el fin de examinar los posibles puntos de entrada y las oportunidades de incorporar las consideraciones relativas al cambio climático
Corporación Islámica Internacional para la Financiación del Comercio	La segunda fase de la AftIAS tiene por objeto aumentar el comercio intrarregional mediante: ▪ la eliminación de los obstáculos al acceso a los mercados ▪ la mayor presencia de los Estados árabes en las cadenas de valor mundiales ▪ la garantía de que los beneficios que reporta el comercio sean compartidos de manera más inclusiva entre toda la población, en particular los grupos vulnerables, como las mujeres y los jóvenes

Efecto de la pandemia de COVID-19 en las prioridades de la Ayuda para el Comercio

Las repercusiones económicas de la pandemia de COVID-19 son el principal factor que ha dado lugar a cambios en las prioridades de la Ayuda para el Comercio. Casi la mitad de las respuestas al cuestionario indican cambios en las prioridades desde la última encuesta, realizada en 2019 - el año anterior a la pandemia de COVID-19. El mayor porcentaje de cambios lo comunican los países en desarrollo: en 26 de

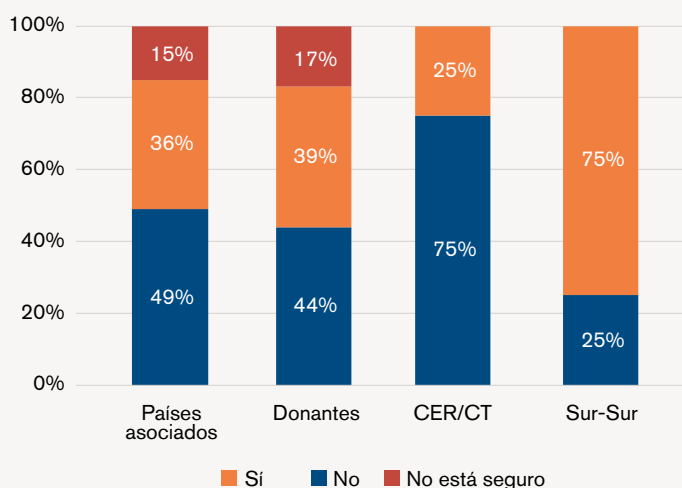
las 53 respuestas (49%) se indicó que las prioridades en materia de Ayuda para el Comercio habían cambiado. El caso de los donantes es similar, con 16 de las 36 respuestas (44%) en el mismo sentido (véase el gráfico 3).

Como se muestra en el gráfico 4, los cuatro principales factores que han dado lugar a cambios en las estrategias de desarrollo de los países en desarrollo asociados y los donantes son los siguientes:

“Las repercusiones económicas de la pandemia de COVID-19 son el principal factor que ha dado lugar a cambios en las prioridades de la Ayuda para el Comercio”.

- repercusiones económicas y comerciales de la pandemia de COVID-19;
- desarrollo del comercio electrónico y transformación digital;
- objetivos de crecimiento y desarrollo de las mipymes;
- crecimiento ambientalmente sostenible (verde), incluida la economía circular.

Gráfico 3: Cambios en las prioridades de la Ayuda para el Comercio



Fuente: Secretaría de la OMC.

Gráfico 4: Factores que han dado lugar a cambios en las prioridades de la Ayuda para el Comercio señalados por los países en desarrollo asociados y los donantes



Fuente: Secretaría de la OMC.

Repercusiones económicas y comerciales de la pandemia de COVID-19

Muchas respuestas al cuestionario hacen referencia a las estrategias adoptadas para apoyar la recuperación económica de la pandemia de COVID-19: 39 países en desarrollo (74%) mencionaron las estrategias específicas que habían adoptado para hacer frente a las repercusiones económicas y comerciales de la pandemia.

Mauricio cita las medidas introducidas por el Gobierno, el Banco de Mauricio y otras entidades del sector público para mitigar los efectos de la pandemia en la economía y la población. Santa Lucía destaca que la Estrategia de Desarrollo a Medio Plazo se modificó para hacer frente a la pandemia y que se desviaron recursos para afrontar los problemas relacionados con la salud y la seguridad y otras dificultades emergentes. Santa Lucía también señala la necesidad de negociar con los donantes la refinanciación de las deudas existentes y la asignación de financiación adicional para atender las necesidades inmediatas. La pandemia de COVID-19 también ha afectado gravemente a los PMA (véase el recuadro 3).

En la respuesta del BID al cuestionario se indica que América Latina y el Caribe sufrieron la crisis socioeconómica más profunda de los 61 años de historia con que cuenta el banco. La región se encuentra actualmente en una coyuntura crítica debido a la pandemia de COVID-19.

Las deficiencias estructurales de larga data y los recientes desastres naturales han agravado las brechas de desarrollo que ya existían.

En 2020, el PIB disminuyó un 7,4% en la región de América Latina y el Caribe, la mayor caída desde 1821, y el empleo total descendió un 10%. Se preveía que, en esa región, 44 millones de personas caerían en la pobreza y 52 millones dejarían de pertenecer a la clase media. La mayoría de los países no volverán a los niveles del PIB ni a los niveles de ingresos reales per cápita que tenían antes de la pandemia hasta 2023 y 2025, respectivamente. El BID también señala que lo que más preocupa en la región es el incremento de la deuda pública.

La pandemia de COVID-19 provocó un rápido aumento de la deuda soberana en la mayoría de las regiones, ya que los Gobiernos trataron de amortiguar las repercusiones de la pandemia. La OMC estima que la deuda pública media aumentó alrededor de 9 puntos porcentuales del PIB en los países de ingresos bajos y medianos durante el primer año de la pandemia, frente al promedio de 1,9 puntos porcentuales del decenio anterior a la pandemia.

La pandemia de COVID-19 tuvo unos efectos igual de nefastos en el crecimiento y las perspectivas de desarrollo en otras regiones. Según el Banco Africano de Desarrollo, la pandemia provocó la primera recesión de África en 50 años, con una contracción del PIB del 2,1% en 2020, 38,7 millones más de personas sumidas en la pobreza extrema y el doble de



La pandemia de COVID-19 obligó a cerrar escuelas y empresas en Madagascar.

Recuadro 3

Repercusiones económicas y comerciales de la pandemia de COVID-19 en los PMA

La capacidad de los PMA para recuperarse de la pandemia actual se ha visto gravemente afectada por los retos que afrontan en el ámbito del comercio. En sus resultados comerciales han influido negativamente varios factores, entre los que cabe citar los siguientes:

- escasa capacidad productiva e institucional;
- reducida base de exportación y escaso número de mercados de destino;
- creciente déficit comercial;
- exposición a la alta volatilidad de los precios de los productos primarios;
- caída de la demanda y contracción económica mundial provocada por la actual pandemia de COVID-19.

Exportaciones de mercancías

Los PMA representaron el 1,15% del comercio mundial en 2020 y el 1,14% en 2021. En el segundo trimestre de 2020, cuando las repercusiones de la COVID-19 se dejaron sentir, las exportaciones de mercancías de los PMA disminuyeron un 30% en términos interanuales, mientras que las exportaciones de mercancías a nivel mundial disminuyeron un 21%. El valor de las exportaciones de mercancías de los PMA disminuyó casi un 12% en 2020, mientras que el de las exportaciones mundiales cayó poco más del 7%. Debido a las restricciones a los viajes y a los confinamientos decretados, las exportaciones de servicios de viajes de los PMA disminuyeron un 88% en términos interanuales en el segundo trimestre de 2020.

Exportaciones de servicios

Las exportaciones de servicios de los PMA se han visto especialmente afectadas por la COVID-19. En 2020 cayeron un 40%, lo que representa más del doble de la caída registrada por las exportaciones mundiales de servicios. La COVID-19 ha puesto de manifiesto la necesidad de que los PMA desarrollen su capacidad de oferta de servicios y puedan diversificar sus economías.

Programa de Acción de Doha en Favor de los Países Menos Adelantados para el Decenio 2022-2031

En el Programa de Acción de Doha en Favor de los Países Menos Adelantados para el Decenio 2022-2031* de las Naciones Unidas se reconoce lo siguiente:

“No obstante la ampliación en masa del comercio y la inversión en anteriores decenios, los países menos adelantados hacen frente a dificultades considerables para incorporarse efectivamente en los sistemas mundiales de comercio y aprovechar las oportunidades derivadas del comercio internacional y las cadenas mundiales de valor.”

Una de las metas del programa es aumentar significativamente el apoyo en concepto de Ayuda para el Comercio con destino a PMA, estando previsto que su cuantía se duplique para 2031 en comparación con los niveles de 2018.

Fuente: OMC (2022).

* Véase el documento A/76/L.47 de las Naciones Unidas.

déficit fiscal, que se elevó al 8,4% del PIB (AfDB, 2021).

Las economías africanas más gravemente afectadas por la pandemia fueron las que dependían del turismo. En 2020 sufrieron una contracción de la actividad económica del 11,5%, frente al descenso del 1,5% del PIB que registraron las economías exportadoras de petróleo (AfDB, 2021).

A nivel sectorial, el turismo fue uno de los sectores más afectados por la pandemia. La paralización del turismo causada por la pandemia provocó graves recesiones en las economías que dependían de esa actividad, incluidas las de Asia. En su respuesta al cuestionario, Samoa destaca la grave escasez de mano de obra en el sector turístico y la hostelería debido a los efectos de la COVID-19.

San Vicente y las Granadinas señala que, al depender en gran medida de los servicios (en particular del turismo) como fuente tanto de ingresos como de empleo, el impacto de la COVID-19 ha asestado un duro golpe a su

situación económica. Solo en los sectores de los viajes y el turismo, la contribución a los ingresos ha descendido del 41,7% del PIB a tan solo el 16,4% y el empleo total ha pasado del 44,8% al 38,2%, una buena parte del cual en el sector informal.

Sin embargo, las respuestas al cuestionario no apuntan a ningún intento de dejar atrás la dependencia de ese sector. Por ejemplo, Samoa señala que la Autoridad de Turismo necesita asistencia técnica y creación de capacidad para formar a más gerentes y supervisores en el sector turístico para aprovechar el retorno del turismo. Análogamente, Santa Lucía, además de destacar el impacto de la COVID-19 en el sector turístico del país, recuerda también sus planes para aumentar las inversiones y crear capacidad en el sector en forma de nuevos puertos y habitaciones de hotel.

Las estrategias para apoyar la recuperación económica tras la pandemia de COVID-19 también ocuparon un lugar destacado en las respuestas de los donantes (véase más información en el cuadro 7).

Cuadro 7: Pandemia de COVID-19: repercusiones económicas y comerciales

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
Asia y el Pacífico	
Samoa	Grave escasez de mano de obra en el sector turístico y la hostelería debido a los efectos de la COVID-19
América Latina y el Caribe	
San Vicente y las Granadinas	Sumamente dependiente de los servicios (en particular del turismo) como fuente tanto de ingresos como de empleo, por lo que el impacto de la COVID-19 ha asestado un duro golpe a la economía
Santa Lucía	Planes para aumentar las inversiones y crear capacidad en el sector turístico en forma de nuevos puertos y habitaciones de hotel
Donantes	
Banco Asiático de Desarrollo	La asistencia a los países en desarrollo miembros incluye el apoyo a la vacunación y superó los 20.000 millones de dólares EE.UU. en septiembre de 2021
Banco Islámico de Desarrollo	Paquete de ayuda para mitigar los efectos de la pandemia por valor de 4.600 millones de dólares EE.UU.
Estados Unidos	Marco de Respuesta y Recuperación Global de los Estados Unidos ante la COVID-19 para poner fin a la pandemia en todo el mundo
Unión Europea	Junto con los Estados miembros y las instituciones financieras europeas, ha aportado financiación por valor de más de 46.000 millones de euros en su respuesta mundial a la COVID-19



El sector del turismo de Vanuatu se vio gravemente afectado por la pandemia de COVID-19.

Desarrollo del comercio electrónico y transformación digital

El desarrollo del comercio electrónico y la transformación digital es el factor que ha dado lugar a cambios en las prioridades de Ayuda para el Comercio más citado por los países en desarrollo asociados desde 2019 (véase el recuadro 4). Las respuestas al cuestionario indican que se dio prioridad a esta esfera a partir del brote de COVID-19 (véase más información en el cuadro 8), que:

- puso de relieve la importancia del comercio electrónico (Mali) y la digitalización de la economía (República de Moldova, Filipinas);

Recuadro 4

Función del comercio digital en el camino hacia la recuperación de los países en desarrollo

En una nota de política conjunta del Banco Mundial y la OMC se informa de que la digitalización crea nuevas oportunidades comerciales porque permite a las empresas de todos los tamaños y con sede en cualquier lugar acceder a mercados extranjeros y lejanos, reduce los costos del comercio y diversifica los bienes y servicios con los que se puede comerciar.

Las nuevas tecnologías ejercen un efecto transformador en el comercio internacional mediante la potenciación del comercio digital. No obstante, establecer un entorno propicio para el comercio digital sigue siendo una labor compleja. El comercio digital se basa en la existencia de una infraestructura de telecomunicaciones moderna, un entorno empresarial favorable y una población instruida. Además, el comercio digital requiere condiciones propicias específicas, como poseer competencias digitales y un espíritu empresarial específicos para participar en el comercio digital.

Para las transacciones transfronterizas se requieren sistemas de pago electrónico eficaces. También es preciso un marco reglamentario para fortalecer la confianza en los mercados digitales y proporcionar las herramientas necesarias para las transacciones a distancia, en particular la gestión de datos transfronteriza, la reglamentación de las plataformas, la protección de los consumidores en línea y la firma de los documentos digitales. Además, las mercancías vendidas a través de las fronteras mediante el comercio electrónico necesitan una facilitación del comercio eficaz y una logística adaptada a las entregas de comercio electrónico. El comercio digital mundial se beneficiaría de unas normas internacionales sustanciales y claras.

Fuente: Texto adaptado de Banco Mundial y OMC (2022).

Cuadro 8: Pandemia de COVID-19: desarrollo del comercio electrónico y transformación digital

Regiones	Respuestas al cuestionario
África	
Madagascar	Las restricciones impuestas a los viajes durante la pandemia impulsaron la expansión del comercio electrónico
Mali	El brote de COVID-19 puso de relieve la importancia del comercio electrónico
Togo	La Hoja de Ruta 2020-2025 tiene por objeto potenciar el atractivo del país para los inversores por medio de reformas para digitalizar los servicios públicos y establecer infraestructura para alojar datos
Zambia	Desarrollo de una estrategia de comercio electrónico
Asia y el Pacífico	
Filipinas	La pandemia puso de relieve la importancia de la digitalización de la economía
Europa	
República de Moldova	La pandemia puso de relieve la importancia de la digitalización de la economía

- impulsó la expansión del comercio electrónico, habida cuenta de las restricciones impuestas a los viajes (Madagascar);
- fomentó la elaboración de una estrategia de comercio electrónico (Zambia);
- favoreció los procesos de reforma para digitalizar los servicios públicos (Togo).

Objetivos de crecimiento y desarrollo de las mipymes

El crecimiento y el desarrollo de las mipymes es también un factor que ha dado lugar a cambios en las prioridades de algunos países en materia de Ayuda para el Comercio en el contexto de la pandemia de COVID-19. Entre las respuestas al cuestionario figuran las siguientes (véase más información en el cuadro 9):

- mejora de las técnicas y los resultados de exportación de las mipymes (Fiji, Pakistán, Santa Lucía, Senegal);
- revitalización del sector de las mipymes en paralelo con las capacidades digitales y en materia de TIC para hacer frente a las repercusiones negativas de la pandemia (Pakistán);
- mejora de la alfabetización informática de los propietarios de las mipymes para que utilicen los equipos y programas informáticos de



Una empresaria vierte metal fundido en moldes cubiertos de tierra para fabricar entre 120 y 230 cacerolas al día. Kampala (Uganda).

- comercio electrónico y digital de manera eficaz (Samoa);
- prioridad de las mipymes como objetivo de las estrategias de desarrollo actualizadas (Gambia, Perú, Togo).



OPINIÓN EXPERTA

Mantenimiento de la Ayuda para el Comercio en un mundo que atraviesa varias crisis simultáneas

Mona Haddad, Directora Mundial de Comercio, Inversiones y Competitividad del Banco Mundial

El Examen Global de la Ayuda para el Comercio de este año tiene lugar en un momento en que las crisis mundiales se superponen. La economía mundial se enfrenta a emergencias simultáneas, como la actual pandemia de COVID-19, las alteraciones en la cadena de suministro, los riesgos de estancamiento derivados del aumento de la inflación y la desaceleración del crecimiento, los crecientes problemas de sobreendeudamiento de los países en desarrollo, los continuos obstáculos derivados del cambio climático y la biodiversidad y, con mayor frecuencia, las situaciones de fragilidad y conflicto. Los efectos indirectos del conflicto en Ucrania se están dejando sentir en todo el mundo, y el aumento de los precios de la energía y los alimentos está afectando a los sectores más vulnerables de la población (Banco Mundial, 2022).

El Programa Mundial de Alimentos estima que 44 millones de personas de 38 países están expuestas al riesgo de hambruna y 276 millones más han pasado a estar en situación de inseguridad alimentaria.* Los argumentos a favor del comercio agropecuario abierto difícilmente podrían ser más sólidos.

Los daños en Ucrania aumentarán inevitablemente la carga de los recursos de los donantes, ya escasos a causa de las medidas de apoyo frente a la COVID-19. El Grupo Banco Mundial ha movilizado 3.000 millones de dólares EE.UU. para ayudar a Ucrania y está preparando un incremento de la financiación de 170.000 millones de dólares EE.UU. para que nuestros países clientes puedan hacer frente a las diferentes crisis concurrentes.

Con el reto subyacente de la desigualdad se hace más urgente intensificar la cooperación y la solidaridad, en especial en el ámbito del comercio. La pandemia ha agudizado la desigualdad debido al acceso limitado a las vacunas que tienen las personas de los países más pobres y a la incapacidad de sus Gobiernos de igualar la ayuda fiscal y monetaria aplicada en las economías avanzadas.

Responder a la crisis provocada por la COVID-19 sigue siendo fundamental.** En el último ejercicio fiscal, el Banco Mundial asignó 11.000 millones de dólares EE.UU. a la compra y la administración de vacunas, lo que benefició a 81 países. En 2020 y 2021 destinamos 204.000 millones de dólares EE.UU. en apoyo específico a nuestros países clientes (en materia de salud, educación y protección social, entre otros) para dar respuesta a los daños causados por la pandemia de COVID-19 al capital humano de los países en desarrollo de ingresos bajos y medianos.

Mantener los mercados abiertos y facilitar el comercio transfronterizo es fundamental para aliviar las limitaciones del suministro que lastran la recuperación, aumentan la inflación e incrementan la desigualdad. Lamentablemente, algunos países están adoptando políticas opuestas —sobre todo restricciones a la exportación— que pueden agravar los problemas de suministro y la inflación. Según nuestras investigaciones, las restricciones a la exportación por sí solas han elevado el precio del trigo en siete puntos porcentuales (Banco Mundial, 2022). Es preciso reconsiderar con urgencia esas medidas, que amenazan con desencadenar una espiral de medidas de retorsión que podría desembocar en una grave crisis alimentaria.

La pandemia ha puesto de relieve el potencial de las tecnologías digitales para apoyar el desarrollo económico y aumentar la resiliencia y la preparación para hacer frente a las crisis. El Grupo Banco Mundial está intensificando su labor con los sectores público y privado para ayudar a los países en desarrollo a sacar el máximo partido de la transformación digital. Los Miembros de la OMC pueden contribuir llegando a un acuerdo en materia de normas sobre comercio digital, lanzando así un llamamiento a nivel mundial, con el respaldo de la Ayuda para el Comercio.

Por último, el cambio climático sigue representando un grave problema mundial para el que se insta a los Miembros de la OMC a definir una respuesta comercial positiva. El *Plan de Acción sobre el Cambio Climático 2021-2025* del Grupo Banco Mundial (Banco Mundial, 2021a) se alinea con el Acuerdo de París para impulsar los esfuerzos orientados a promover la biodiversidad, mejorar el acceso a las fuentes de energía verde y al agua limpia, y respaldar una transición justa hacia una economía con bajas emisiones de carbono adaptada a las circunstancias de cada

país. En 2021 ofrecimos una financiación sin precedentes de 26.000 millones de dólares EE.UU. destinada a luchar contra el cambio climático. Esperamos con gran interés compartir en el Examen Global de la Ayuda para el Comercio de este año la información de nuestros trabajos analíticos*** sobre la función fundamental que el comercio puede desempeñar para ayudar a los países a lograr sus objetivos de reducción a cero de las emisiones netas y aprovechar las oportunidades que ofrece una transición a un mundo con bajas emisiones de carbono.

* Véase <https://www.un.org/press/en/2022/sc14894.doc.htm>.

** Véase <https://www.bancomundial.org/es/who-we-are/news/coronavirus-covid19>.

*** Véase Brenton y Chemutai (2021).

Las mipymes representan el 95% de todas las empresas, generan el 60% del empleo total, y aportan el 50% del PIB en los países desarrollados y el 35% en los países en desarrollo.¹⁰ Las investigaciones indican que la pandemia ha agravado la mayor fragilidad de las mipymes en comparación con las empresas de mayor tamaño, a causa de su limitado acceso a la financiación, la infraestructura física y digital y la información sobre la gestión de riesgos (OMC, 2021b).

Un estudio realizado por el Centro de Comercio Internacional destaca que las empresas más pequeñas fueron menos resilientes que las de mayor tamaño ante las perturbaciones económicas causadas por la pandemia de COVID-19 (ITC, 2021). El estudio concluyó que, además del tamaño de la empresa, había otros elementos que también influían en la resiliencia. Las mipymes con niveles elevados de resiliencia presentaban ciertos factores empresariales fundamentales.

Cuadro 9: Pandemia de COVID-19: objetivos de crecimiento y desarrollo de las mipymes

Regiones	Respuestas al cuestionario
África	
Gambia	Dar prioridad a las mipymes como objetivo de las estrategias de desarrollo
Togo	La contribución de las mipymes al desarrollo y el crecimiento es considerable y constituye una esfera prioritaria para la Ayuda para el Comercio
Asia y el Pacífico	
Pakistán	Tratar de revitalizar el sector de las mipymes en paralelo con las capacidades digitales y en materia de TIC para hacer frente a las repercusiones negativas de la pandemia
Samoa	Es necesario mejorar la alfabetización informática de los propietarios de las mipymes para que utilicen los equipos y programas informáticos de comercio electrónico y digital de manera eficaz
América Latina y el Caribe	
Perú	Dar prioridad a las mipymes como objetivo de las estrategias de desarrollo

Crecimiento ambientalmente sostenible (verde), incluida la economía circular

La sostenibilidad ambiental es el segundo factor que ha dado lugar a cambios en las prioridades de Ayuda para el Comercio más citado por los donantes. El Banco Mundial, junto con varios donantes más, promueve un enfoque de “reconstrucción para mejorar” en el apoyo a la recuperación de la COVID-19 en forma de estrategia de desarrollo verde, resiliente e inclusiva.

Las respuestas al cuestionario también indican que la sostenibilidad ambiental es una prioridad establecida en los países en desarrollo (véase más información en el cuadro 10). Cincuenta y un Gobiernos de países en desarrollo que respondieron al cuestionario de autoevaluación (96%) indicaron que el desarrollo sostenible era una prioridad en sus planes o estrategias nacionales de desarrollo.



Cosecha en pie de bananos en Bangladesh.

Cuadro 10: Pandemia de COVID-19: crecimiento ambientalmente sostenible (verde), incluida la economía circular

Regiones	Respuestas al cuestionario
África	
Comoras	Estrategia para fomentar el desarrollo resistente al cambio climático y los desastres en todos los niveles de desarrollo
Zambia	Creación del Ministerio de Economía Verde y Medio Ambiente
Asia y el Pacífico	
Bangladesh	La prioridad es sobrellevar las dificultades relacionadas con el comercio posteriores a la graduación de la lista de PMA
Fiji	Los pequeños Estados insulares en desarrollo se enfrentan a una crisis existencial debido al cambio climático La estrategia de desarrollo fomenta el comercio de bienes y servicios ambientales y promueve la economía circular
Vanuatu	Muchos cambios en las prioridades de la Ayuda para el Comercio se deben a las catástrofes naturales y el cambio climático La mayor incidencia de ciclones, sequías, inundaciones, erupciones volcánicas y elevación del nivel del mar ha perjudicado gravemente las exportaciones de bienes y servicios a los mercados extranjeros Se ha dado mayor prioridad a la creación de capacidad productiva interna y se ha centrado la atención en el sector agropecuario y las mipymes
América Latina y el Caribe	
Colombia, Guatemala	Mayor atención al factor que ha dado lugar a cambios en las prioridades de la Ayuda para el Comercio relativo a la sostenibilidad, el cumplimiento de los compromisos ambientales y el desarrollo de la economía circular

Importancia creciente de la Ayuda para el Comercio

La Ayuda para el Comercio ha ido adquiriendo mayor importancia para los países asociados y es un instrumento relevante para promover la coherencia de las políticas de los donantes.

A continuación se indican los colectivos interesados que en sus respuestas al cuestionario señalaron que ese aspecto había adquirido más importancia desde 2019:

- 38 de los 53 países en desarrollo asociados (72%);
- dos de las cuatro comunidades regionales (Secretaría del Foro de las Islas del Pacífico y UEMAO);
- un asociado Sur-Sur (China).

“La Ayuda para el Comercio ha adquirido mayor importancia para los beneficiarios y es un instrumento relevante para promover la coherencia de las políticas de los donantes”.

Un agricultor de Burkina Faso cultiva bananos, coles, lechugas, patatas y cebollas.



En cambio, 26 de los 36 donantes (72%) opinaron que la importancia de la Iniciativa de Ayuda para el Comercio no había variado desde 2019.

En sus respuestas al cuestionario, la mayoría de los países en desarrollo asociados señalan las repercusiones económicas y comerciales de la pandemia de COVID-19 como razones de la creciente importancia de la Ayuda para el Comercio y ofrecen, entre otros, los ejemplos siguientes (véase más información en el cuadro 11):

- necesidad de un mayor apoyo en el marco de la Ayuda para el Comercio para aumentar los presupuestos del Estado tras los efectos fiscales negativos de la COVID-19 (Lesotho, Pakistán);
- las restricciones presupuestarias derivadas de la pandemia de COVID-19 hacen necesaria una mayor cooperación internacional para llevar a cabo algunos proyectos de comercio exterior (Perú);
- los efectos adversos de la COVID-19 han afectado a los PMA de manera desproporcionada (Zambia);
- mayor importancia de la Ayuda para el Comercio para hacer frente a las repercusiones del calentamiento global y el cambio climático (Zambia) y el impacto de los desastres naturales (San Vicente y las Granadinas);
- necesidad de un mayor apoyo en el marco de la Ayuda para el Comercio cuando termine el conflicto para reconstruir las infraestructuras del país, recuperar la capacidad productiva y prestar apoyo a los miembros vulnerables de la población, en especial las mujeres y los jóvenes (Yemen);
- necesidad de apoyo constante en concepto de Ayuda para el Comercio para aplicar las medidas del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la OMC (Granada, Mozambique);



Unos agricultores etíopes clasifican tomates antes de llevarlos al mercado.

- necesidad de apoyo en el marco de la Ayuda para el Comercio para la puesta en marcha de la AfCFTA (Gambia, Mali);
- necesidad general de apoyo en el marco de la Ayuda para el Comercio para respaldar la consecución de los objetivos de política (por ejemplo, lograr que las Comoras sean un país emergente en 2030, apoyar el objetivo de Uganda de convertirse en una economía orientada a la exportación y garantizar al mismo tiempo la continuidad de su diversificación económica, y, en el caso de Vanuatu, adaptarse a un entorno comercial nacional y mundial en rápida evolución).

Varios donantes comparten esos puntos de vista. La Ayuda para el Comercio sigue siendo un componente fundamental de la respuesta de Australia a la COVID-19 en el ámbito del desarrollo, en el marco de la política de recuperación económica en la región del Indo-Pacífico.

Análogamente, Nueva Zelanda destaca que, aunque la pandemia de COVID-19 ha generado una mayor necesidad de Ayuda para el Comercio, la asignación de financiación no ha aumentado, por lo que, básicamente, hay más demanda para la misma financiación.

Varios donantes se refieren al potencial de la Ayuda para el Comercio para reducir la fragmentación de la ayuda y mejorar la coherencia. En sus respuestas al cuestionario, declaran que la finalidad de sus estrategias son las siguientes (véase más información en el cuadro 11):

- aumentar la movilización de Ayuda para el Comercio para una prestación mejor informada y coordinada (Unión Europea);
- utilizar la Ayuda para el Comercio para dotar de mayor coherencia a la labor de los donantes y colaborar con más eficacia operativa a fin de impulsar el crecimiento inclusivo (Canadá);
- utilizar los programas de Ayuda para el Comercio para eliminar los obstáculos al comercio a nivel internacional y permitir que los países en desarrollo accedan a los mercados (Reino Unido).

En su respuesta al cuestionario, los Estados Unidos también destacan que los vínculos fundamentales entre las cuestiones comerciales y la programación del desarrollo exigen un mayor nivel de integración y coordinación intersectorial. La creación de capacidad relacionada con el comercio de los Estados Unidos se centra en la aplicación de los acuerdos comerciales, la facilitación de las corrientes comerciales y la mejora de la capacidad de respuesta en el ámbito económico.

Los Estados Unidos también han indicado que tienen en cuenta la evolución del contexto, caracterizado por el auge del comercio electrónico, la expansión del comercio de servicios y la dispersión de la producción en numerosos países que tienen cadenas de valor mundiales integradas. Abordan otros factores en evolución, como los siguientes:

- el incremento del regionalismo;
- el número creciente de acuerdos comerciales internacionales;
- el mayor enfoque en las cuestiones relacionadas con el medio ambiente, el trabajo y el género;
- el mayor papel del sector privado.

Cuadro 11: Pandemia de COVID-19: importancia creciente de la Ayuda para el Comercio

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
África	
Lesotho	Necesidad de un mayor apoyo en el marco de la Ayuda para el Comercio para aumentar los presupuestos del Estado tras los efectos fiscales negativos de la COVID-19
Mauricio	Mayor importancia de la Ayuda para el Comercio tras la pandemia
Zambia	Mayor importancia de la Ayuda para el Comercio debido a que la pandemia afecta a los PMA más que a otros países Mayor importancia de la Ayuda para el Comercio para hacer frente a las repercusiones del calentamiento global y el cambio climático
Asia y el Pacífico	
Pakistán	Necesidad de un mayor apoyo en el marco de la Ayuda para el Comercio para aumentar los presupuestos del Estado tras los efectos fiscales negativos de la COVID-19
América Latina y el Caribe	
Perú	Las restricciones presupuestarias derivadas de la pandemia han hecho necesaria una mayor cooperación internacional para llevar a cabo algunos proyectos de comercio exterior
San Vicente y las Granadinas	Mayor importancia de la Ayuda para el Comercio debido a los efectos de los desastres naturales en la economía (suma de los efectos de la erupción del volcán La Soufrière y el huracán de 2021) Necesidad de apoyo en el marco de la Ayuda para el Comercio para reconstruir la infraestructura dañada, recuperar la capacidad de producción, modernizar los sectores de servicios y utilizar la infraestructura de TIC para aumentar la competitividad y facilitar el comercio
Oriente Medio	
Yemen	Necesidad de un mayor apoyo en el marco de la Ayuda para el Comercio cuando termine el conflicto para reconstruir las infraestructuras del país, recuperar la capacidad productiva y prestar apoyo a los miembros vulnerables de la población (mujeres y jóvenes) El conflicto ha dejado las infraestructuras relacionadas con el comercio dañadas o destruidas y el curso de las operaciones comerciales normales se ha visto afectado negativamente; la ayuda se destina principalmente a la asistencia humanitaria
Donantes	
Australia	La Ayuda para el Comercio es un componente fundamental de la respuesta a la COVID-19 en el ámbito del desarrollo, en el marco de la política Asociaciones para la Recuperación en la región del Indo-Pacífico
Canadá	Con la Ayuda para el Comercio, dotar de mayor coherencia a su labor y colaborar con más eficacia operativa a fin de impulsar el crecimiento inclusivo
Nueva Zelandia	La pandemia ha generado una mayor necesidad de Ayuda para el Comercio. Sin embargo, la financiación de la Ayuda para el Comercio no ha aumentado, por lo que hay más demanda para la misma asignación
Reino Unido	Programas de Ayuda para el Comercio para facilitar la eliminación de los obstáculos al comercio a nivel internacional y permitir que los países en desarrollo accedan a los mercados

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
Unión Europea	La estrategia de 2017 tenía como finalidad aumentar la movilización de Ayuda para el Comercio para una prestación mejor informada y coordinada, reforzada por el enfoque del Equipo Europa Ese enfoque trataba de aumentar los efectos gracias al aprovechamiento pleno de los instrumentos en el marco de las políticas exteriores de la UE, en particular: ▪ el Plan Europeo de Inversiones Exteriores ▪ los acuerdos comerciales (como los acuerdos de asociación económica, los acuerdos de libre comercio y las zonas de libre comercio de alcance amplio y profundo) ▪ los regímenes comerciales (Sistema Generalizado de Preferencias, iniciativa "Todos menos armas")

Notas finales

1. Véase <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/getting-goods-across-borders-in-times-of-covid-19-972ada7a>.
2. Véase https://www.wto.org/spanish/tratop_s/devel_s/a4t_s/gr21_s/gr21_s.htm.
3. Véase https://www.wto.org/spanish/news_s/events_s/gscforum2022_s.htm.
4. Véase <https://ariseplus-indonesia.org/en>.
5. Véase <https://europa.eu/capacity4dev/tei-jp-tracker/tei/support-african-continental-free-trade-area>.
6. Véase <https://www.shetrades.com>.
7. Véase https://www.undp.org/africa/press-releases/afcfta-and-undp-announce-new-partnership-support-largest-trade-area-towards-inclusive-growth-africa?utm_source=EN&utm_medium=GSR&utm_content=US_UNDP_PaidSearch_Brand_English&utm_campaign=CENTRAL&c_src=CENTRAL&c_src2=GSR&gclid=EALalQobChMIl5iYgv6a-AIV0o1oCR1t4AsDEAAYASAAEGl_v_D_BwE.
8. Véase <https://www.gov.uk/government/news/uk-backs-africas-ambitious-continental-free-trade-initiative>.
9. Véase <https://pacerplus.org>.
10. Véase https://www.wto.org/spanish/tratop_s/msmesandtra_s/msmesday20_s.htm.

Riego alimentado con
energía solar en Zimbabwe.



**Medio
ambiente,
comercio y
desarrollo
sostenible**



52

Mitigación de los efectos del cambio climático

57

Inclusión de objetivos ambientales en las estrategias de mitigación del cambio climático

59

Inclusión de objetivos ambientales en las estrategias de integración de los ODS

61

Obstáculos a la inclusión de objetivos ambientales en las estrategias

62

Integración de objetivos comerciales en las estrategias de los países en desarrollo

65

Integración de objetivos ambientales en las estrategias comerciales

67

Integración de objetivos ambientales y comerciales en las estrategias de los donantes

69

Inclusión de la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres

71

Inclusión de objetivos de la economía circular

72

Transición a una economía sostenible

79

Financiación de objetivos ambientales

El medio ambiente en las estrategias comerciales



El **86%**

de los países en desarrollo tienen objetivos comerciales que abordan cuestiones ambientales.

El comercio en las estrategias ambientales



El **88%**

de los países en desarrollo incluyen objetivos comerciales en sus estrategias de desarrollo sostenible.



El **96%**

de los países en desarrollo señalan que la agricultura es un sector con potencial de diversificación económica y de las exportaciones.



El **66%**

de los países en desarrollo indican que la industria es el sector que tiene ante sí los mayores desafíos.

Economía circular



El **43%**

de los países en desarrollo que respondieron al cuestionario cuentan con estrategias de la economía circular.

Empoderamiento económico de las mujeres



El **79%**

de los países en desarrollo que respondieron al cuestionario cuentan con políticas que abordan el medio ambiente y apoyan el empoderamiento económico de las mujeres.

La financiación para mitigar el cambio climático o adaptarse a él ha aumentado desde el Acuerdo de París



El **14%**

de la financiación climática en 2019 procedía del sector privado.



El **35%**

de la ayuda para el comercio se destina a la mitigación del cambio climático o a la adaptación a este.

La creciente sensibilización acerca de los efectos del cambio climático supone un acicate para que las partes interesadas en la Ayuda para el Comercio adopten medidas a fin de integrar los objetivos ambientales en sus estrategias de desarrollo sostenible. Al mismo tiempo, los objetivos comerciales aparecen ahora más frecuentemente en las estrategias de desarrollo sostenible de los Gobiernos y, del mismo modo, las estrategias comerciales se refieren cada vez más a objetivos ambientales.

Sin embargo, este proceso apenas acaba de empezar a tomar forma. Con frecuencia los objetivos ambientales y comerciales solo se describen en términos generales, con pocos detalles y objetivos con los que medir los progresos. Puede resultar difícil comparar las diferentes estrategias para lograr los objetivos.

Los donantes bilaterales y multilaterales contrajeron compromisos de política con asociados Sur-Sur en el marco de la 26ª Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (CP26), con el fin de poner la asistencia oficial para el desarrollo (AOD) en consonancia con el Acuerdo de París y ampliar la financiación climática. La iniciativa de Ayuda para el Comercio se interrelaciona con esos planes de financiación, habida cuenta de la función que el comercio de bienes y servicios ambientales desempeña en la transferencia de tecnología, competencias y conocimientos técnicos.

El ejercicio conjunto de vigilancia y evaluación de la OCDE y la OMC de 2022 se propone abordar este aspecto mediante un cuestionario, que envió a los participantes en la Ayuda para el Comercio. Utilizando las respuestas facilitadas en el cuestionario, en este capítulo se presenta un análisis de los datos, las tendencias generales en las constataciones y ejemplos específicos basados en información adicional facilitada por los participantes en el cuestionario. Los resultados del ejercicio de vigilancia y evaluación se han dividido en las secciones siguientes:

- mitigación de los efectos del cambio climático en el medio ambiente, el comercio y el desarrollo sostenible;



Mujeres cosechan limoncillo para destilarlo en aceite esencial en Chisapani (Nepal).

- inclusión de objetivos ambientales en las estrategias de desarrollo sostenible para mitigar los efectos del cambio climático e integrar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas;
- obstáculos a la inclusión de objetivos ambientales en las estrategias de desarrollo sostenible;
- integración de objetivos comerciales en las estrategias de desarrollo sostenible de los países en desarrollo; countries;
- integración de objetivos ambientales en las estrategias comerciales;
- integración de objetivos ambientales y comerciales en las estrategias de ayuda para el comercio de los donantes;
- inclusión de la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres en las estrategias de desarrollo sostenible;
- inclusión de objetivos de la economía circular en las estrategias de desarrollo sostenible;
- transición a una economía sostenible;
- financiación de objetivos ambientales en las estrategias comerciales y de desarrollo sostenible.

Mitigación de los efectos del cambio climático en el medio ambiente, el comercio y el desarrollo sostenible

Las respuestas de los países en desarrollo al cuestionario que acompaña al ejercicio de vigilancia y evaluación ponen de relieve los problemas que plantea establecer objetivos sin conocer suficientemente los efectos previstos del cambio climático en el comercio.

Además, los países en desarrollo consideran la dificultad para acceder a financiación un obstáculo para integrar aún más los objetivos ambientales en las estrategias comerciales y de desarrollo sostenible.

Planta de energía solar y eólica de Burgos (Filipinas).

Reducción a cero de las emisiones netas de carbono

Los niveles de emisión de gases de efecto invernadero, que ya son los más altos registrados en la historia de la humanidad, siguen en aumento. La evaluación más reciente del Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) llega a la conclusión de que si no se adoptan medidas para evitar un calentamiento atmosférico de más de 3 °C antes de 2050, inevitablemente se producirán efectos irreversibles en los sistemas naturales y humanos, con lo que la capacidad de adaptación de las sociedades se verá superada (IPCC, 2022).



Una reducción inmediata y profunda de las emisiones de gases de efecto invernadero es necesaria para limitar el calentamiento atmosférico, como se prevé en el Acuerdo de París en el marco de la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático, en el que se propone limitar el aumento de temperatura a menos de 2 °C, con 1,5 °C como objetivo para 2050.

Un estudio del Agencia Internacional de la Energía (AIE) llega a la conclusión de que la reducción a cero de las emisiones netas de carbono requiere un “enfoque singular y decidido de todos los Gobiernos”, cooperando con el sector privado sobre la base de las decisiones de política de los Gobiernos (AIE, 2021):

“La elaboración de hojas de ruta nacionales y regionales para lograr la reducción a cero de las emisiones netas de forma eficiente en lo que respecta a los costes requiere la cooperación de todas las partes del Gobierno a fin de acabar con los compartimentos estancos e integrar la energía en la formulación de las políticas en materia de finanzas, mercado laboral, fiscalidad, transporte e industria de todos los países. Los ministerios de energía o medio ambiente no pueden aplicar por sí solos las medidas de política necesarias para lograr la reducción a cero de las emisiones netas para 2050”.

“Los Miembros de la OMC pueden hacer más para limitar el costo de reducir a cero sus emisiones netas de carbono. La reducción de los obstáculos al comercio de bienes y servicios ambientales es un punto de partida”.

**Directora General
Ngozi Okonjo-Iweala**



Selva del Amazonas cerca de Manaus (Brasil).

En un discurso pronunciado en abril de 2022 en el Instituto Rio Branco del Brasil, la Directora General Ngozi Okonjo-Iweala dijo que los Miembros de la OMC pueden hacer más para limitar el costo de reducir a cero las emisiones de carbono y que la reducción los obstáculos al comercio de bienes y servicios ambientales es un punto de partida.¹

26ª Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático

En la CP26, celebrada en Glasgow (Reino Unido) a finales de 2021, se hizo un llamamiento a seguir dedicando esfuerzos a lograr los objetivos de reducción a cero del Acuerdo de París. El proyecto de decisión de la CP26, denominado el *Pacto de Glasgow para el Clima*², pone de relieve lo siguiente:

“la urgencia de incrementar la acción y el apoyo, entre otras cosas en forma de financiación, fomento de la capacidad y transferencia de tecnología, para aumentar la capacidad de adaptación, fortalecer la resiliencia y reducir la vulnerabilidad al cambio climático de conformidad con la mejor información científica disponible, teniendo en cuenta las prioridades y las necesidades de las Partes que son países en desarrollo”.

Esta urgencia se refleja en las respuestas al cuestionario, en las que se reconoce la necesidad de adoptar medidas y se hace referencia a los actuales planes de reducción a cero de las emisiones netas. Los encuestados también hicieron hincapié en que los resultados acordados en la CP26 se basan en la labor ya realizada en el marco de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas para el Desarrollo Sostenible (Naciones Unidas, 2015).



La Directora General Ngozi Okonjo-Iweala habla ante los líderes y las partes interesadas mundiales en la Cumbre de las Naciones Unidas sobre el Clima (CP26) en Glasgow (Reino Unido).

Compromisos de política en la CP26

En el período previo a la CP26 se adoptaron compromisos de política para poner la AOD en conformidad con el Acuerdo de París. Los donantes se han comprometido a apoyar la transición a una economía de bajas emisiones de carbono mediante la ampliación de la financiación destinada a mitigar los efectos del cambio climático y a adaptarse a ellos, lo que suele denominarse financiación climática (véase el recuadro 1).

Aunque la financiación climática proporcionada por los países desarrollados ha aumentado constantemente desde 2013, la cifra de 79.600 millones de dólares EE.UU. (OCDE, 2021a) alcanzada en 2019 sigue sin cumplir el compromiso de recaudar 100.000 millones de dólares EE.UU. cada año. En el *Pacto de Glasgow sobre el Clima*, acordado en la CP26, se reclama una mayor movilización de recursos, entre otras cosas mediante la participación del sector privado para contribuir al logro de los objetivos de reducción a cero de las emisiones netas.

La Ayuda para el Comercio puede ayudar a los países a crear economías resilientes al clima y a promover la diversificación de las exportaciones hacia los sectores verdes en apoyo de los ODS y los esfuerzos de recuperación posteriores a la COVID-19 (PNUMA, 2020). La Ayuda para el Comercio también puede contribuir a promover el desarrollo de infraestructuras y la generación de energía climáticamente inteligentes, así como a hacer frente a los desafíos que plantea la transferencia de tecnología y la armonización de la reglamentación comercial con los objetivos ambientales.

Los diversos compromisos de aumentar la prestación de financiación climática y la ayuda para el comercio se reflejan en el cuestionario. Los compromisos contraídos por los donantes están comprendidos en las siguientes categorías generales (véase el cuadro 1 para más información):

Recuadro 1

Declaración del CAD de la OCDE de 27 de octubre de 2021 sobre un nuevo enfoque para armonizar la cooperación para el desarrollo con los objetivos del Acuerdo de París sobre el Cambio Climático

Antes de la CP26, el Comité de Asistencia para el Desarrollo (CAD) de la OCDE publicó en octubre de 2021 una declaración sobre la armonización de la cooperación para el desarrollo con los objetivos del Acuerdo de París. En la declaración, los miembros del CAD se comprometen a utilizar la AOD y a “movilizar otros recursos para ayudar a los países en desarrollo a acceder a más oportunidades técnicas que fomenten y aceleren una transición energética limpia, sostenible y justa de manera voluntaria y mutuamente acordada”.

En la declaración se dice además lo siguiente:

“Concederemos prioridad a apoyar las tecnologías centradas en acelerar el progreso hacia sistemas con cero emisiones netas, en particular la energía renovable y la eficiencia energética. También podríamos estudiar la captura, la utilización y el almacenamiento de carbono. Asumimos todos el mismo compromiso que el G-7, a saber, poner fin a toda nueva AOD destinada a la generación ilimitada de energía térmica derivada del carbón en el mundo a finales de 2021. (...)”

Nosotros, Alemania, Austria, Bélgica, el Canadá, Corea, Dinamarca, Eslovenia, España, los Estados Unidos, Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Irlanda, Islandia, Italia, Luxemburgo, Nueva Zelanda, Noruega, los Países Bajos, Polonia, Portugal, la República Checa, la República Eslovaca, Suecia, Suiza, el Reino Unido y la Unión Europea, nos comprometemos además a limitar nuestras inversiones en combustibles fósiles en el marco de la AOD a los casos en que no existan alternativas de energía limpia económica o técnicamente viables y formen parte de la planificación de la transición del país receptor, de conformidad con el Acuerdo de París y los compromisos relativos a las contribuciones determinadas a nivel nacional. La AOD puede emplearse para apoyar la mejora de la eficiencia de las instalaciones generadoras de electricidad a partir de combustibles fósiles, además de su desmantelamiento, y notificaremos al CAD acerca de las actividades previstas. También reconocemos que, en contextos limitados -como en emergencias y crisis humanitarias-, en los que no se dispone de acceso a la red eléctrica, todavía puede justificarse el apoyo en forma de AOD a la electricidad generada a partir de combustibles fósiles.

.....

Utilizaremos una combinación de instrumentos de financiación y mitigación del riesgo para estimular inversiones más relacionadas con el clima en el sector privado. Para atraer una mayor financiación privada a la acción por el clima a nivel nacional e internacional se requieren marcos de política y climas de inversión favorables. Colaboraremos con los países en desarrollo para ayudarlos a aumentar las oportunidades de inversión sostenible y reforzar las condiciones necesarias que lo permitan. Del desarrollo de la vacuna contra la COVID-19 hemos aprendido que la inversión en una etapa temprana y la preparación para financiar innovaciones arriesgadas —pero sumamente importantes— pueden producir resultados sustanciales, aumentar el acceso a nuevas tecnologías e incentivar a los países a que inviertan en nuevos mecanismos. La AOD y otros mecanismos de financiación oficial pueden desempeñar un papel fundamental”.

Fuente: Véase <https://www.oecd.org/dac/development-assistance-committee/dac-declaration-climate-change-cop26.pdf>.

- compromisos centrados en sectores específicos (infraestructura, energías renovables, agricultura, salud, educación);
- compromisos para centrar la atención en la participación del sector privado;
- compromisos para ofrecer préstamos en condiciones favorables a los proyectos y programas de energías renovables en respuesta al cambio climático;
- compromisos para incluir los objetivos ambientales, climáticos y energéticos en los futuros acuerdos comerciales;
- compromisos para la movilización de inversiones de los sectores público y privado.

Cuadro 1: Compromisos de aumentar la prestación de financiación climática y ayuda para el comercio

Donantes	Respuestas del cuestionario
Australia	La estrategia sobre el cambio climático comprende compromisos relativos a los sectores de la infraestructura, la energía renovable, la agricultura, la salud y la educación, prestando especial atención a la participación del sector privado El compromiso en materia de financiación climática para 2020-2025 aumentó a AUD 2.000 millones
Banco Interamericano de Desarrollo	El Banco Interamericano de Desarrollo señala los objetivos comerciales que abordan la dimensión ambiental del desarrollo sostenible (BID, 2019)
Canadá	La acción por el clima es una esfera fundamental en la estrategia de desarrollo sostenible del Canadá La financiación climática se duplicó hasta alcanzar los CAD 5.300 millones para el periodo 2021-2026
Comisión Europea	El Instrumento de Vecindad, Desarrollo y Cooperación Internacional - Europa Global abarca la cooperación de la UE con terceros países (2021-2027) En la nueva estrategia de desarrollo se detallan las estrategias de la UE para proteger el medio ambiente, gestionar los recursos naturales y combatir el cambio climático (Unión Europea, 2018) En el Pacto Verde Europeo (Comisión Europea, 2019a): i) se señala el importante papel de la política comercial y de la OMC en la promoción de objetivos ambiciosos relativos al medio ambiente, el clima y la energía; y ii) se ponen de relieve las medidas específicas que propondrá la Comisión Europea a fin de que el Acuerdo de París sea un elemento esencial en todos los acuerdos comerciales amplios futuros
República de Corea	El Organismo de Cooperación Internacional de Corea ha adoptado una estrategia de acción climática y energía Fondo de Cooperación para el Desarrollo Económico (EDCF) da prioridad a los proyectos de energías renovables y las respuestas al cambio climático, con préstamos en condiciones preferenciales El objetivo es lograr un aumento del 40% de los proyectos del EDCF
Estados Unidos	En la estrategia sobre el cambio climático se establecen los siguientes objetivos generales de la USAID para 2030: ▪ la movilización de 150.000 millones de dólares EE.UU. de financiación pública y privada relacionada con el clima para 2030 ▪ la reducción, la prevención o el secuestro de un volumen equivalente a 6.000 millones de toneladas de CO₂ a través de las actividades de la USAID ▪ la mejora de la resiliencia al cambio climático para 500 millones de personas
Federación de Rusia	Se compromete con los 17 ODS y a equilibrar todas las dimensiones del desarrollo sostenible
Reino Unido	A través del Organismo Británico Internacional de Inversión (BII), se concede prioridad a la inversión en infraestructura sostenible en los países de ingresos bajos y medianos. El BII ayudará a los países en desarrollo a aprovechar la tecnología verde y hacer crecer la economía de manera sostenible

Inclusión de objetivos ambientales en las estrategias de desarrollo sostenible para mitigar los efectos del cambio climático

Los encargados de la formulación de políticas reconocen cada vez más la necesidad de incorporar objetivos ambientales en las estrategias de desarrollo sostenible. Este proceso está en marcha desde hace algún tiempo, pero la acumulación de pruebas de los problemas que plantean los efectos del cambio climático aumenta la sensación de urgencia.

Las respuestas facilitadas en el ejercicio de vigilancia y evaluación ponen de manifiesto los diferentes objetivos ambientales que los donantes y los beneficiarios integran en sus estrategias de desarrollo para mitigar los efectos

del cambio climático (véase el cuadro 2 para más información). Entre los ejemplos de los tipos de objetivos ambientales que los donantes y los beneficiarios integran en sus estrategias de desarrollo se cuentan los siguientes:

- objetivos que aumentan el crecimiento y reducen la pobreza para fomentar sectores y medios de subsistencia resistentes al cambio climático;
- objetivos que refuerzan la capacidad nacional y local para mejorar la gestión frente al cambio climático y los desastres;
- objetivos como la descarbonización, la adaptación al cambio climático y la mitigación de este, así como la eliminación progresiva de las subvenciones a los combustibles fósiles perjudiciales para el medio ambiente;
- objetivos que fomenten el uso de tecnologías digitales para la gestión sostenible de la energía.



Bombeo de agua subterránea con energía generada por paneles solares en Jagadhri (India).

Cuadro 2: Inclusión de objetivos ambientales en las estrategias de desarrollo sostenible para mitigar los efectos del cambio climático

Regiones y donantes	Respuestas del cuestionario
África	
Mali	Se mejorará la capacidad de adaptación de la población, la ecología y la economía para mitigar los efectos del cambio climático
Mauricio	En 2030, el 60% de las necesidades energéticas procederá de fuentes renovables
República Democrática del Congo	Se da prioridad a la protección del medio ambiente y la lucha contra el cambio climático con el fin de lograr un modelo de desarrollo ecológico verde, con bajas emisiones de carbono y adaptado al cambio climático en todas las estrategias sectoriales
Zambia	Reformas internas para lograr que los objetivos ambientales reciban apoyo en forma de asistencia internacional

Regiones y donantes	Respuestas del cuestionario
Asia y el Pacífico	
Bangladesh	Las cuestiones relacionadas con el cambio climático se abordarán mediante la aplicación de los ODS
Fiji	Estrategia de descarbonización de la economía
Filipinas	Refuerzo de la capacidad nacional y local para mejorar la gestión frente al cambio climático y los desastres
América Latina y el Caribe	
Perú	Se presta especial atención a la descarbonización y la adaptación al cambio climático
Donantes	
Australia	En la estrategia contra el cambio climático figura el compromiso de integrar la acción contra el cambio climático en todos los programas de asistencia para el desarrollo
Banco Asiático de Desarrollo	Objetivos centrales en el desarrollo de proyectos que se lograrán mediante soluciones sostenibles y basadas en la naturaleza: ▪ mitigación del cambio climático ▪ salud de los océanos ▪ resiliencia ante desastres La Estrategia 2030 (BAD, 2019a) aumentará el apoyo: ▪ para combatir el cambio climático, los riesgos de desastres y el deterioro del medio ambiente ▪ para acelerar el desarrollo relacionado con las bajas emisiones de gases de efecto invernadero ▪ asegurar un enfoque integral para desarrollar la resiliencia frente al cambio climático y los desastres, y prestar más atención al nexo agua-energía-alimentos
Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo	El BERD “apoyará la aceleración de la transición a una economía verde, de bajas emisiones de carbono y adaptada al cambio climático a través de lo siguiente (BERD, 2020a): ▪ la armonización de sus actividades con los principios de los acuerdos internacionales sobre el clima; (...) ▪ la mejora de los compromisos en materia de política para el desarrollo de estrategias de bajas emisiones de carbono a largo plazo; (...) ▪ el aumento de la inversión mediante la innovación en (...) esferas temáticas como las soluciones digitales verdes, la transición justa, la economía circular, el capital natural y la financiación de las cadenas de valor verdes”
Canadá	La estrategia consiste en apoyar los esfuerzos de los países en desarrollo en su transición a economías y sociedades de bajas emisiones de carbono, ambientalmente sostenibles y adaptadas al cambio climático, mediante iniciativas que: ▪ reduzcan las emisiones mundiales de gases de efecto invernadero ▪ mejoren la resiliencia frente al cambio climático ▪ protejan y gestionen de manera sostenible los recursos naturales y los ecosistemas
Unión Europea	En el Instrumento de Vecindad, Desarrollo y Cooperación Internacional - Europa Global se contempla lo siguiente: ▪ la retirada progresiva de las subvenciones a los combustibles fósiles nocivos para el medio ambiente ▪ unos mercados de la energía estables y transparentes ▪ el despliegue de redes energéticas inteligentes ▪ la utilización de las tecnologías digitales para una gestión sostenible de la energía

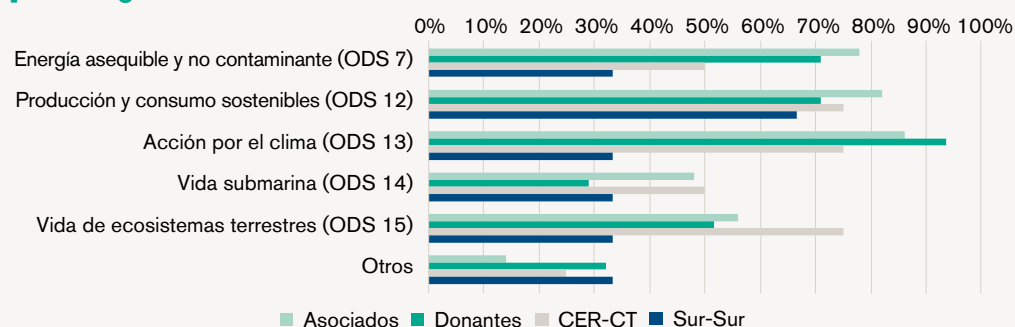
Inclusión de objetivos ambientales en las estrategias de desarrollo sostenible para integrar los ODS

Aunque el cambio climático es un catalizador de la acción, la atención prestada a los objetivos ambientales va más allá del calentamiento mundial. Como se muestra en el gráfico 1, en la mayoría de las respuestas del cuestionario se indica que las estrategias de desarrollo sostenible se refieren explícitamente a los ODS 7 (Energía asequible y no contaminante), 12 (Producción y consumo responsables) y 13 (Acción por el clima). Este enfoque está en consonancia con las recomendaciones del Sexto informe de evaluación del IPCC, de próxima publicación, en el que se insta a que se adopten medidas importantes en el sector de la energía y se transformen las prácticas de producción y consumo.

Los ODS se integran en las estrategias de desarrollo sostenible de las maneras siguientes:

- mediante la inclusión de objetivos e indicadores acordes con la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (Naciones Unidas, 2015);
 - mediante la inclusión de objetivos y disposiciones que cumplan los objetivos del Acuerdo de París;
 - mediante la inclusión de referencias específicas a los ODS.
- De los 53 países en desarrollo que respondieron al cuestionario, 51 (96%) incluyeron la sostenibilidad ambiental como prioridad en sus estrategias de desarrollo. En todas las respuestas de los pequeños Estados insulares en desarrollo y en 27 de las 29 (93%) respuestas de países menos adelantados se indicó que los objetivos ambientales son una prioridad fundamental en sus estrategias de desarrollo sostenible. A nivel regional, los objetivos ambientales se destacan como prioridad fundamental en todas las respuestas de África, América Latina y el Caribe.
- En varias respuestas del cuestionario se indica también que las consideraciones ambientales representan una esfera de especial interés en sus estrategias de recuperación tras la pandemia de COVID-19 (véase el cuadro 3 para más información).

Gráfico 1: Porcentaje de participantes en la Ayuda para el Comercio con estrategias de desarrollo sostenible que hacen referencia explícita a los ODS, por categoría de encuestado



Fuente: Secretaría de la OMC.

Cuadro 3: Inclusión de objetivos ambientales para integrar los ODS en las estrategias de desarrollo sostenible

Regiones y donantes	Respuestas del cuestionario
África	
Benin	Se hace específicamente referencia a los ODS: ▪ para acelerar la transformación estructural ▪ para aumentar la productividad total de los factores ▪ para mejorar la integración de las cadenas de valor ▪ para mejorar las perspectivas del sector agropecuario
Guinea-Bissau	En la estrategia se fomenta la gestión sostenible de los recursos naturales mediante el establecimiento de un marco reglamentario e institucional para el desarrollo sostenible, la biodiversidad y la gestión de los ecosistemas en dos niveles
Mali	La dimensión ambiental del desarrollo sostenible se tiene en cuenta en todos los aspectos del diseño, la planificación, aplicación y seguimiento de las políticas de desarrollo
Mauricio	En la estrategia se resaltan como claves la sostenibilidad y la transición verde
Zambia	El programa de recuperación económica tiene por objeto poner en marcha la economía para que adopte una senda de desarrollo que haga hincapié en la sostenibilidad en un entorno monetario, externo y fiscal estabilizado
Asia y el Pacífico	
Bangladesh	En la estrategia se establecen medidas holísticas e intersectoriales para mejorar la productividad y reducir al mínimo los desastres en regiones densamente pobladas
Fiji	Metas y disposiciones encaminadas a cumplir los objetivos del Acuerdo de París y la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (Naciones Unidas, 2015)
Filipinas	La estrategia contiene un capítulo específico sobre el medio ambiente y menciona cuestiones como la contaminación del aire, los desechos infecciosos y la agricultura urbana
Nepal	En la estrategia se enumeran las preocupaciones ambientales como cuestión fundamental
Papua Nueva Guinea	Todos los planes sectoriales hacen referencia a objetivos de desarrollo sostenible
Sri Lanka	En la estrategia, el desarrollo sostenible se integra en tres pilares
América Latina y el Caribe	
Colombia	En las estrategias se incorporan los ODS
Paraguay	Los objetivos e indicadores de la estrategia se orientan a la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (Naciones Unidas, 2015) Establecimiento de una Comisión ODS
Perú	La estrategia consiste en gestionar la tierra de manera sostenible para prevenir y reducir los riesgos y amenazas que afectan a los medios de subsistencia
Donantes	
República de Corea	El Organismo Internacional de Cooperación de Corea ha realizado rigurosas evaluaciones del impacto social y ambiental para la elaboración y ejecución de proyectos

Obstáculos a la inclusión de objetivos ambientales en las estrategias de desarrollo sostenible



Planta fotovoltaica en Henrietta (Mauricio), con una superficie de 20.000 m² y 5.900 paneles.

Sobre la base de las respuestas del cuestionario, estos son algunos de los principales obstáculos a los que se enfrentan los países en desarrollo al intentar incluir objetivos ambientales en las estrategias de desarrollo sostenible:

- la falta de acceso a la financiación;
- la falta de una infraestructura de medición de datos;
- la falta de capacidad institucional para perfeccionar los vínculos entre entorno y desarrollo;
- la falta de opciones para la transferencia de tecnología.

Las presiones fiscales provocadas por la pandemia de COVID-19 plantean obstáculos adicionales para la transición al desarrollo sostenible (véase el cuadro 4 para más información). Según las nuevas investigaciones, el acceso a la financiación puede haberse visto especialmente afectado. Las proyecciones del Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) indican una reducción significativa de nuevos proyectos pioneros de bajas emisiones de carbono (por ejemplo, energías renovables) en un futuro próximo, tanto en los mercados desarrollados como en los emergentes (PNUD/PNUMA, 2020).

Cuadro 4: Obstáculos a la inclusión de cuestiones relacionadas con el medio ambiente en los marcos de política

Región	Respuestas del cuestionario
África	
Benin	La ausencia de datos sobre el medio ambiente se considera un obstáculo para el desarrollo de estrategias de desarrollo sostenible
Madagascar	El establecimiento de infraestructuras como los sistemas de energía renovable es particularmente costoso
Mali	La pandemia de COVID-19 ha contribuido a la contracción económica, que ha afectado a la capacidad de movilizar los recursos nacionales necesarios y ha puesto en peligro los progresos hacia el cumplimiento de los ODS
República Democrática del Congo	La falta de financiación y conocimientos científicos sobre los efectos previstos del cambio climático impiden la ejecución de los proyectos necesarios relacionados con la sostenibilidad La falta de financiación plantea dificultades para adquirir infraestructura moderna relacionada con la sostenibilidad
América Latina y el Caribe	
Colombia	La ayuda para el comercio, la inversión extranjera directa y la cooperación internacional pueden contribuir a resolver cuestiones relacionadas con la transferencia de tecnología aprovechando la creación de capacidad tecnológica nacional
Paraguay	Los compromisos existentes (por ejemplo, incentivos fiscales para la promoción de las inversiones) imponen limitaciones financieras que restringen las políticas públicas de promoción de una transición a bajos niveles de emisiones de carbono

Integración de objetivos comerciales en las estrategias de desarrollo sostenible de los países en desarrollo

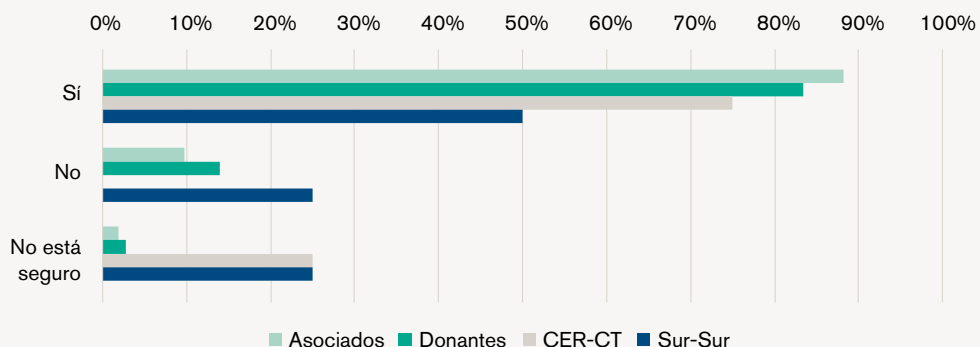
En la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible (Naciones Unidas, 2015) se considera que el comercio internacional “impulsa el crecimiento económico inclusivo y la reducción de la pobreza y contribuye a fomentar el desarrollo sostenible”. En ella se señala explícitamente el comercio como uno de los principales impulsores de la aplicación de los ODS. También se ha reconocido que el comercio es una variable importante para la dimensión ambiental del desarrollo sostenible.

“En la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible se señala el comercio como uno de los principales impulsores de la aplicación de los ODS”.

En una publicación conjunta de la OMC y el PNUMA se reconoce en el comercio un facilitador fundamental en la creación y expansión de mercados para los productos sostenibles, y se señala que el “comercio [...] puede acelerar la difusión de los bienes y servicios ambientales allí donde más se necesitan y ayudar a estimular la capacidad productiva local” (OMC/PNUMA, 2018). En el informe también se reconoce en el comercio un facilitador fundamental en la creación y expansión de mercados para los productos sostenibles.

El ejercicio de vigilancia y evaluación pone de manifiesto que se están realizando progresos en la integración del comercio en las políticas y los objetivos de desarrollo sostenible. De los 51 países en desarrollo que respondieron al cuestionario, 45 indicaron que su estrategia, política o plan nacional de desarrollo sostenible incluía objetivos comerciales (véanse el gráfico 2 y el recuadro 2).

Gráfico 2: Porcentaje de participantes en la Ayuda para el Comercio con estrategias de desarrollo sostenible que incluyen objetivos comerciales



Fuente: Secretaría de la OMC.

Recuadro 2

Perspectivas del Banco Mundial sobre la relación entre la política comercial y el cambio climático

Dado que el comercio y las cadenas de valor mundiales desempeñan un importante papel a la hora de fomentar el cambio de uso de la tierra y la utilización de los recursos naturales renovables, los países exportadores e importadores deben armonizar sus políticas comerciales con políticas internas sostenibles. A medida que el mundo se adapte al cambio climático, se abrirán nuevas oportunidades comerciales para los países en desarrollo.

Aunque el comercio es una de las causas del cambio climático, también puede ser un elemento central de la solución, al facilitar la mitigación y la adaptación. El comercio mundial de bienes y servicios ambientales asciende ya a 1 billón de dólares EE.UU. y sigue aumentando. Un comercio más libre en tiempos de crisis provocadas por el cambio climático puede ayudar a suministrar bienes esenciales a las zonas afectadas por desastres y apoyar la recuperación a largo plazo.

Puede adoptarse una serie de medidas de política, como las siguientes:

- La reducción de los costos comerciales en la frontera para promover el comercio y la reducción de los aranceles y los obstáculos no arancelarios a las importaciones que conllevan las nuevas tecnologías, lo que puede impulsar el crecimiento de la productividad y la adaptación.
- La determinación y el desarrollo de bienes y servicios competitivos en cuanto a emisiones de carbono, que pueden fomentar el abandono de la dependencia de ventajas comparativas vulnerables al cambio climático.
- El desarrollo de normas comunes sobre bienes y servicios ambientales y la inclusión de los desafíos que tienen repercusiones transfronterizas (por ejemplo, la deforestación) en los acuerdos de integración mundial y regional.
- El apoyo al desarrollo ecológico, resiliente e inclusivo a través de reformas del comercio que reduzcan el sesgo actual hacia el comercio de bienes menos elaborados de uso intensivo de carbono. También se puede apoyar la liberalización del comercio ecológico al centrarse en bienes y servicios de interés prioritario para los exportadores de los países en desarrollo.
- El examen por los países de sus medidas relacionadas con el comercio, como los derechos de propiedad intelectual, que pueden restringir la difusión de tecnologías limpias a los países en desarrollo.

Es esencial que los países en desarrollo comprendan los riesgos y las oportunidades de sus estrategias de comercio y desarrollo en lo que respecta a la mitigación de los efectos del cambio climático. Los estudios de países específicos son una forma útil de avanzar hacia un diálogo más amplio sobre las maneras de aumentar la capacidad y determinar oportunidades de mitigación de las emisiones de carbono para aumentar la competitividad en un mundo limitado por el clima.

También son fundamentales para comprender la inversión en técnicas de medición de carbono necesarias para verificar la competitividad en cuanto a emisiones de carbono. Los estudios también favorecerán las reformas de política comercial y facilitación del comercio que apoyen la adaptación y el acceso a tecnologías y técnicas esenciales.

Fuente: Banco Mundial (2021b).



Depósito de madera cerca de Kinshasa (República Democrática del Congo).

En sus respuestas al cuestionario, los asociados relacionan el comercio y el desarrollo sostenible, en particular en los países que dependen de las exportaciones de productos de la silvicultura, la pesca y la agricultura (véase el cuadro 5 para más información). En general, el cuestionario revela lo siguiente:

- En tres de cada cuatro respuestas de los encuestados de ámbito regional se indica la presencia de objetivos comerciales en sus estrategias de desarrollo sostenible.
- En las respuestas de los países en desarrollo sin litoral también se señalan objetivos en los marcos nacionales de sostenibilidad.
- En las respuestas de África (92%) y Asia y el Pacífico (78%) se indica la inclusión de objetivos comerciales en sus estrategias de desarrollo sostenible.

Cuadro 5: Integración de objetivos comerciales en las estrategias de desarrollo sostenible de los países en desarrollo

Región	Respuestas del cuestionario
África	
República Democrática del Congo	El Fondo Forestal Nacional financia la reforestación y lleva a cabo estudios para promover la sostenibilidad y la legalidad del comercio de madera con los mercados europeos
Senegal	Se aplican prácticas comerciales sostenibles al desarrollo de canales de exportación de madera, carbón, productos de recolección silvestre y productos agrícolas y ganaderos
Zambia	Muchas de las intervenciones en materia de política se centran en poner fin a la utilización insostenible de los recursos naturales, en particular a través del comercio
América Latina y el Caribe	
Santa Lucía	El Plan Nacional, puesto en marcha en 2018, tiene por objeto abordar riesgos críticos y las prioridades de desarrollo en relación con el cambio climático de manera integrada y coordinada El comercio ocupa un lugar destacado en el contexto del turismo En las intervenciones se exige la creación de mecanismos de compensación de carbono para neutralizar las emisiones producidas por el transporte aéreo de entrada y salida, y los fondos recaudados a través de este programa se destinan a financiar iniciativas locales de reforestación o de energías renovables

Integración de objetivos ambientales en las estrategias comerciales

En las respuestas al cuestionario se indica que las partes interesadas en la Ayuda para el Comercio reconocen la importancia de incluir una perspectiva ambiental en las estrategias y objetivos comerciales:

- 35 países en desarrollo declaran que sus objetivos comerciales tienen en cuenta la dimensión ambiental del desarrollo sostenible;
- 23 países en desarrollo declaran que las estrategias, políticas y objetivos gubernamentales en materia de desarrollo sostenible se basan en una amplia coordinación y diálogo;
- 22 donantes declaran que en su diálogo con países en desarrollo se aborda la dimensión ambiental del desarrollo sostenible.

En las respuestas al ejercicio de vigilancia y evaluación también se indican que las estrategias de los países en desarrollo reflejan sus preocupaciones ambientales y se centran en las interacciones entre las preocupaciones ambientales, el desarrollo sostenible y los objetivos comerciales (véase el cuadro 6 para

más información). Por ejemplo, entre las estrategias que los países en desarrollo mencionaron en sus respuestas figuran las siguientes:

- alentar a las empresas nacionales a que adopten normas internacionales en materia de medio ambiente que mejoren la sostenibilidad y aumenten la competitividad de las exportaciones;
- promover una conducta empresarial responsable desde el punto de vista ambiental y ética entre todos los participantes en la cadena de valor de las exportaciones;
- establecer mecanismos sistemáticos de coordinación para apoyar el desarrollo sostenible;
- incluir en los diálogos cuestiones relacionadas con el comercio;
- establecer comités de coordinación interministerial y ejecución.

Explotación de energía geotérmica presente a 2 km de profundidad, que contribuirá a los objetivos de mitigación del cambio climático, en Muara Laboh (Indonesia).



Cuadro 6: Integración de objetivos ambientales en las estrategias comerciales

Regiones y donantes	Respuestas del cuestionario
África	
Madagascar	Los objetivos de desarrollo sostenible figuran como prioridad en el Examen Nacional de las Exportaciones Verdes, en el que se examinan principalmente las cadenas de valor del café y las legumbres
Mali	La política comercial tiene en cuenta la dimensión ambiental en su objetivo general de crear un entorno propicio al desarrollo del comercio para que contribuya al crecimiento económico sostenible y la reducción de la pobreza
Mauricio, Zambia	Existe un comité de coordinación interministerial y ejecución
Asia y el Pacífico	
Bangladesh	La política de exportación alienta a las empresas nacionales a que adopten normas internacionales en materia de medio ambiente que mejoren la sostenibilidad y aumenten la competitividad de las exportaciones
Fiji	Los objetivos ambientales están integrados en las políticas comerciales
Nepal	Uno de los principios rectores de la política comercial es asegurar el desarrollo sostenible, la protección ambiental y la compatibilidad con los objetivos ambientales, incluida la conformidad con los acuerdos multilaterales sobre el medio ambiente, como la Convención sobre el Comercio Internacional de Especies Amenazadas de Fauna y Flora Silvestres (CITES) y el Protocolo de Montreal
Pakistán	En la política comercial se hace referencia a la importancia de la sostenibilidad ambiental Existe un comité de coordinación interministerial y ejecución
Papua Nueva Guinea	En la política comercial se dedica un capítulo a destacar la interrelación entre el comercio y el objetivo de desarrollo sostenible de hacer cumplir la legislación ambiental en el contexto del comercio
América Latina y el Caribe	
Guatemala	El Comité de Comercio y Desarrollo Sostenible ejerce de organismo central encargado de examinar las intersecciones entre el comercio y los compromisos en materia de medio ambiente
Perú	La política de exportación tiene por objeto promover una conducta empresarial responsable desde el punto de vista ambiental y ética entre todos los participantes en la cadena de valor de las exportaciones La política de exportación fomenta el desarrollo de una cartera de exportaciones competitiva y sostenible a través de lo siguiente: - la gestión de las normas internacionales en relación con la oferta exportable - el desarrollo de la capacidad de exportación de productos de la biodiversidad - la sostenibilidad en el desarrollo de una oferta exportable La política de exportación reduce al mínimo el uso de los recursos y conserva la calidad del suelo, la atmósfera y el agua, asegurando al mismo tiempo la competitividad de las exportaciones
Donantes	
Banco Interamericano de Desarrollo	El Marco Sectorial de Integración y Comercio señala los objetivos comerciales que abordan la dimensión ambiental (BID, 2019) El Diálogo anual de Política Regional celebrado en 2021 se centró en las consideraciones ambientales del programa de comercio de América Latina y el Caribe, y los Miembros examinaron las medidas de política comercial adoptadas para lograr avances en la consecución de los objetivos de política pública sobre el medio ambiente y el cambio climático

Integración de objetivos ambientales y comerciales en las estrategias de ayuda para el comercio de los donantes

En las respuestas al cuestionario se indica que los objetivos ambientales se incluyen en las estrategias de desarrollo sostenible y ayuda para el comercio de los donantes:

- el ODS 13 (Acción por el clima) figura explícitamente como objetivo en las estrategias de desarrollo de 22 donantes;
- los ODS 7 (Energía asequible y no contaminante) y 12 (Producción y consumo responsables) representan objetivos en los esfuerzos de desarrollo de 22 donantes.

En las respuestas del cuestionario se indica que los objetivos comerciales de 36 donantes forman parte de su política o estrategia de desarrollo sostenible (véase el cuadro 7 para más información). Entre los ejemplos figuran las siguientes exigencias:

- el comercio transfronterizo que ayude a promover el desarrollo sostenible (en particular los sectores de agricultura y la alimentación);
- la utilización sostenible de los servicios ecosistémicos y los recursos naturales;
- reglamentos transparentes y eficaces sobre inversiones y comercio de recursos naturales;
- la incorporación de los principios de sostenibilidad en los acuerdos comerciales;
- la construcción y el mantenimiento de infraestructura social y ambientalmente sostenible;
- la incorporación en los objetivos comerciales de disposiciones y prioridades centradas en la sostenibilidad.

Control de la temperatura y del agua, para propiciar el desove de las ostras, y la fertilización, para acelerar su maduración, en un criadero de ostras cerca de Fiji.





Preparación de zanahorias para su comercialización en Chimaltenango (Guatemala).

Cuadro 7: Integración de objetivos ambientales y comerciales en las estrategias de los donantes de Ayuda para el Comercio

Donantes	Respuestas del cuestionario
Alemania	La estrategia de ayuda para el comercio otorga prioridad a los ODS para lograr el comercio sostenible
Banco Asiático de Desarrollo	Entre los objetivos fundamentales de la institución figuran los siguientes (BAD, 2019a): ▪ mitigar el cambio climático ▪ desarrollar resiliencia frente al cambio climático y los desastres ▪ mejorar la sostenibilidad ambiental El Programa de Financiación del Comercio y de las Cadenas de Suministro incorpora disposiciones y prioridades centradas en la sostenibilidad
Banco Interamericano de Desarrollo	El Marco Sectorial de Integración y Comercio da prioridad a la construcción y el mantenimiento de infraestructura social y ambientalmente sostenible (BID, 2019)
Banco Mundial	El Banco Mundial trata de apoyar a los países y a los clientes del sector privado aprovechando al máximo los efectos de la financiación climática y aportando al mismo tiempo mejoras para la adaptación, la resiliencia y la reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero (Banco Mundial, 2021a)
Canadá	En la estrategia de desarrollo se exige la incorporación de objetivos de sostenibilidad en los acuerdos de libre comercio
Suecia	La política de desarrollo exige la utilización sostenible de los servicios ecosistémicos y los recursos naturales, con inclusión de reglamentos transparentes y eficaces sobre inversiones y comercio de recursos naturales
Suiza	Los principios de transparencia y sostenibilidad (especialmente ambientales) constituyen pilares fundamentales para la aplicación de las Directrices de la OCDE-FAO para las cadenas de suministro agrícolas responsables (OCDE/FAO, 2016)
Unión Europea	Los programas incluyen lo siguiente: ▪ la prevención del comercio ilícito de fauna y flora silvestre ▪ la reducción de las emisiones causadas por la deforestación y el deterioro de los bosques ▪ acuerdos de asociación de carácter voluntario para combatir la tala ilegal y el comercio ilícito de productos de la madera En el Pacto Verde Europeo (Comisión Europea, 2019a): ▪ se establece el objetivo de lograr que el Acuerdo de París constituya en el futuro un elemento esencial de cualquier acuerdo comercial global ▪ se pone de relieve el importante papel de la política comercial y de la OMC en la promoción de objetivos ambiciosos relativos al medio ambiente, el clima y la energía

Inclusión de la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres en las estrategias de desarrollo sostenible

Las respuestas del cuestionario abarcan 42 países en desarrollo y 28 donantes, que indican que las políticas existentes que tratan sobre la dimensión ambiental del desarrollo sostenible también promueven la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres (véase el cuadro 8 para más información). Por ejemplo, entre las estrategias figuran las siguientes:

- integrar la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres en los objetivos ambientales;
- exigir evaluaciones y planes de acción en materia de género a nivel de los proyectos;
- incluir la igualdad de género en las políticas y normas;

- otorgar prioridad al empoderamiento económico de las mujeres en los procesos presupuestarios.

Existe una tendencia perceptible a vigilar más la “calidad” del desarrollo que se está promoviendo y la sostenibilidad de las cadenas de suministro, en particular por parte de los donantes bilaterales. Un aspecto destacado de este proceso es que los países en desarrollo y sus asociados financieros están realizando esfuerzos concertados para integrar los objetivos de empoderamiento económico de las mujeres en los programas de financiación climática.

“Se están realizando esfuerzos concertados para integrar los objetivos de empoderamiento económico de las mujeres en los programas de financiación climática”.

Transformación de cereales en una cooperativa propiedad de mujeres en Guéchémé (Níger).



Cuadro 8: Inclusión de la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres en las estrategias de desarrollo sostenible

Regiones y donantes	Respuestas del cuestionario
África	
Guinea Ecuatorial	La estrategia de desarrollo hace referencia al empoderamiento económico de las mujeres y la sostenibilidad
Madagascar	Lleva a cabo evaluaciones de la compatibilidad de las inversiones para las cuestiones relacionadas con el medio ambiente, proceso del que forman parte las consideraciones de género
Mali	En las estrategias de medio ambiente y empleo se fijan objetivos relacionados con el empoderamiento económico de las mujeres y la sostenibilidad
Asia y el Pacífico	
Indonesia	Utiliza un etiquetado presupuestario climático sensible a las cuestiones de género a fin de dar prioridad al empoderamiento de las mujeres en el proceso de elaboración del presupuesto
América Latina y el Caribe	
Colombia	Ratificó sus compromisos con la Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático para lograr la incorporación de las cuestiones de género en todos los niveles de gestión del cambio climático, de conformidad con la decisión 20 de la CP26, "Género y cambio climático"
Guatemala	El Comité de Comercio y Desarrollo Sostenible ejerce de organismo central encargado de examinar las intersecciones entre el comercio y los compromisos en materia de medio ambiente
Perú	En el marco de la estrategia ambiental se adoptan prioridades interculturales y de género en los objetivos relacionados con el cambio climático
Donantes	
Alemania	La estrategia de desarrollo tiene por objeto hacer las cadenas de suministro mundiales sensibles al género y a la sostenibilidad ecológica (BMZ, 2016)
Australia	Lleva a cabo actividades de ayuda para el comercio que combinan el empoderamiento económico de las mujeres y objetivos ambientales: - Programa de Acceso a los Mercados Hortícolas y Agrícolas del Pacífico (PHAMA Plus) - Asociación Australiana de Financiación Climática
Banco Asiático de Desarrollo	Administra la Asociación Australiana de Financiación Climática, que promueve la igualdad de género y la mejora de las oportunidades económicas para las mujeres y las niñas
Banco Interamericano de Desarrollo	De los proyectos aprobados en 2021: - el 70% incluía uno o más componentes para hacer frente al cambio climático - el 75% abordaba las cuestiones de género
Canadá	Contribuyó a dirigir una actualización de la política de género del Fondo Verde para el Clima (GCF, 2019), en la que se exigen evaluaciones de género y medidas relacionadas con el género a nivel de los proyectos
Estados Unidos	El modelo de examen ambiental inicial de la USAID proporciona información adicional sobre la manera en que sus procesos de cumplimiento obligatorio de las normas ambientales incorporan cuestiones relacionadas con el género
Noruega	La estrategia de desarrollo establece el marco para la labor internacional en materia de igualdad de género, y hay un nuevo plan de acción en curso
Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial	En el marco del programa mundial de Empoderamiento Económico de las Mujeres en la Industria Verde se realizan estudios nacionales para ayudar a los encargados de la formulación de políticas y a los profesionales a establecer marcos que integren las cuestiones de género en las políticas relativas a la industria verde
Suecia	Apoya la Organización Internacional de Normalización en la elaboración de normas voluntarias que integren las dimensiones ambiental y de género y desarrollen normas inclusivas en cuanto al género
Unión Europea	El empoderamiento económico de las mujeres y la sostenibilidad ambiental se han incorporado en todas las medidas de la UE

Inclusión de objetivos de la economía circular en las estrategias de desarrollo

Un total de 23 países en desarrollo que respondieron al cuestionario (entre ellos 10 PMA) indican que su marco nacional de desarrollo contiene estrategias, políticas u objetivos relacionados con la economía circular (véase el cuadro 9 para más información). Además, 22 donantes, dos comunidades económicas regionales o corredores de transporte y un asociado Sur-Sur también indican objetivos relacionados con la economía circular. Entre las iniciativas cabe citar las siguientes:

- la Alianza Africana de Economía Circular, una coalición liderada por Gobiernos africanos que promueve la adopción de prácticas de economía circular en el continente, prestando

especial atención a los sistemas alimentarios, los plásticos y los embalajes, la electrónica, la moda y los textiles, y los entornos contruidos;

- el Programa de Infraestructuras en la Región del Pacífico, que apoya el desarrollo de una red regional de circulación y reciclaje de recursos recuperándolos de las corrientes de desechos sólidos de las economías insulares del Pacífico.

Si se analizan las respuestas al cuestionario, se observa que la mayor parte de las partes interesadas en la ayuda para el comercio asocian las prácticas de economía circular a la gestión de desechos.

Cuadro 9: Inclusión de objetivos de la economía circular en las estrategias de desarrollo

Regiones y donantes	Respuestas del cuestionario
África	
Côte d'Ivoire	Se aplican objetivos de la economía circular en las políticas de reciclaje de desechos y recuperación de aguas residuales
Filipinas	
Philippines	Las políticas de gestión de desechos sólidos, como la Ley de Gestión Ecológica de Desechos Sólidos de 2000, la Ley de Control de Sustancias Tóxicas, Residuos Peligrosos y Residuos Nucleares de 1990, y la política de contratación pública sostenible promueven las prácticas de economía circular
Donantes	
Australia	Los proyectos apoyan la colaboración con el sector privado y los empresarios para desarrollar soluciones innovadoras que aumenten la eficiencia de los recursos
Banco Asiático de Desarrollo	El Banco Asiático de Desarrollo está elaborando un marco para la economía circular con el fin de apoyar la inversión y las actividades de asistencia técnica
Canadá	Los proyectos apoyan la colaboración con el sector privado y los empresarios para promover la economía circular en el uso de plásticos y productos de plástico
Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial	Apoya la economía circular (ONUDI, 2019), entre otras cosas a través de la Alianza Mundial para la Economía Circular y la Utilización Eficiente de los Recursos y la labor de su División de Uso Eficiente de los Recursos Industriales
Países Bajos	La estrategia de desarrollo y los objetivos de la economía circular en el marco de la ayuda para el comercio están en consonancia con la hoja de ruta del Gobierno sobre la economía circular para 2050 Miembro de la Plataforma para Acelerar la Economía Circular
Unión Europea	Adopción de su plan de acción de la economía circular

Transición a una economía sostenible

La transición a un crecimiento con bajas emisiones de carbono y procesos de producción sostenibles desde el punto de vista ambiental probablemente tendrá amplios efectos en el comercio. La transformación promoverá un cambio de la estructura de la demanda, de modo que aumentará la demanda de muchos bienes y recursos (por ejemplo, minerales y tierras raras necesarios para la transición energética), incluso de materiales reciclados, mientras que otros experimentarán un descenso (por ejemplo, los hidrocarburos). También allanará el camino para acelerar una transformación empresarial que otorgue una mayor prioridad a la vigilancia de la cadena de suministro, el cumplimiento de las normas y los principios de la economía circular.

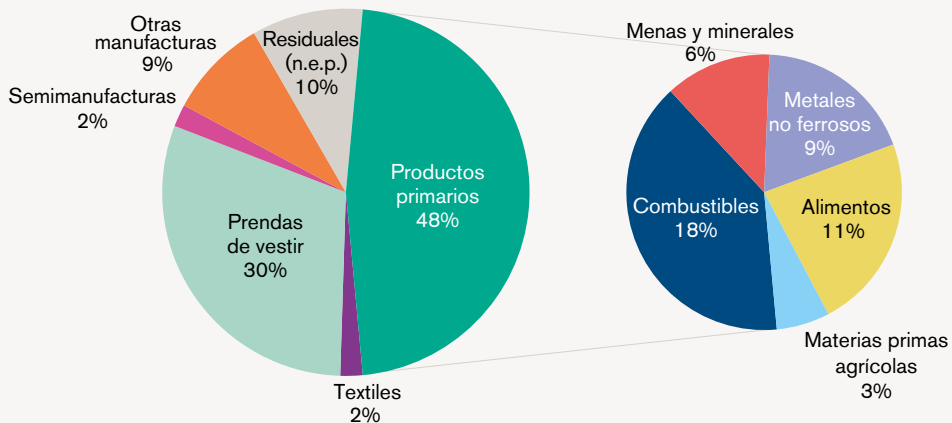
Las respuestas al cuestionario ponen de manifiesto las perspectivas que las partes interesadas tienen sobre cómo podría afectarlos la transición al desarrollo sostenible a nivel sectorial, tanto en lo que respecta a las oportunidades como a las dificultades (véase el cuadro 10 para más información).

Dependencia sectorial

Para algunos países en desarrollo, estos cambios en la estructura de la demanda mundial son motivo de preocupación, dada su dependencia de una reducida cesta de exportaciones. Las estadísticas de la OMC indican que los productos primarios que incluyen actividades mineras y agrícolas representan casi la mitad de todas las exportaciones de los PMA. La elevada concentración de productos en sectores sensibles a los riesgos ambientales expone a los PMA a la volatilidad de las exportaciones causada por los efectos del cambio climático y la transición a un crecimiento bajo en carbono (véase el gráfico 3).

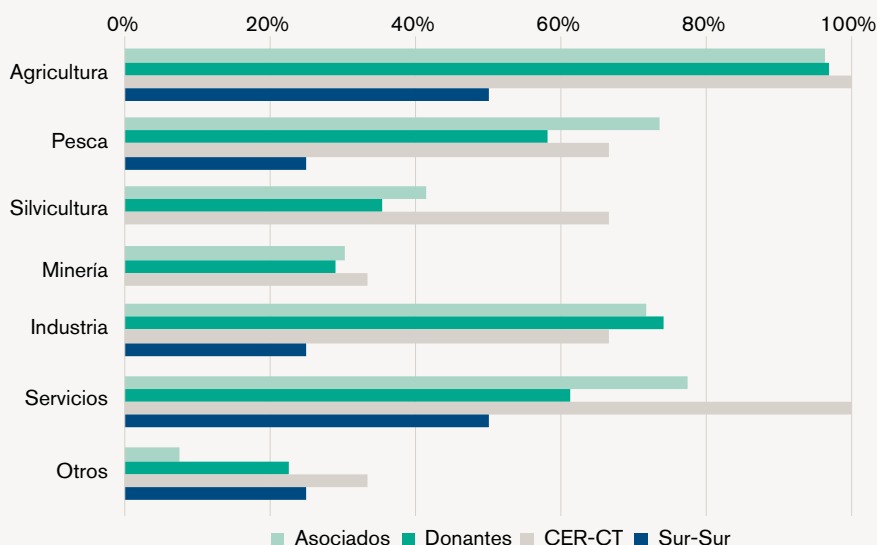
Otras economías pequeñas (por ejemplo, las de los pequeños estados insulares en desarrollo) también se enfrentan a problemas similares, y no solo en lo que respecta a las exportaciones. Por ejemplo, Santa Lucía señala que dependía totalmente de las importaciones de

Gráfico 3: Dependencia de los países menos adelantados de una cesta de exportaciones reducida



Fuente: Base de datos COMTRADE de las Naciones Unidas.

Gráfico 4: Sectores que previsiblemente se beneficiarán de la transición al desarrollo sostenible, por categoría de encuestado



Fuente: Secretaría de la OMC.

combustibles fósiles para cubrir sus necesidades energéticas. Su factura anual de importaciones energéticas, estimada en 513,9 millones de dólares EE.UU., equivale al 23,9% de la suma de las importaciones. En este contexto, una transición verde reduciría la dependencia de los combustibles fósiles y ayudaría a aliviar las presiones de la balanza de pagos.

En total, 51 de los 53 asociados (96%), 30 de los 31 donantes (97%) y más del 95% de las respuestas de África, Asia y el Pacífico, y América Latina y el Caribe indican que la agricultura presenta un elevado potencial de diversificación de la economía y las exportaciones derivado de la transición al desarrollo sostenible (véase el gráfico 4).

Las percepciones de los asociados acerca de las oportunidades sectores concuerdan con su dotación de factores. Por ejemplo, la República Democrática del Congo señala que el

aprovechamiento de las prácticas agrícolas sostenibles es beneficioso para el país debido a las vastas extensiones de tierra cultivable y a su clima favorable. Se espera que esos activos contribuyan a impulsar la producción agrícola y a proporcionar una variedad de beneficios en el contexto de la diversificación económica.

El Yemen señala que el sector agrícola es fundamental para el desarrollo sostenible, ya que es el principal empleador. Zambia reproduce opiniones similares y señala la necesidad de apoyar este sector para garantizar las perspectivas económicas, el suministro de alimentos y mejorar el potencial de exportación del sector. Para promover la agricultura sostenible y la diversificación de las exportaciones en Guinea Ecuatorial, el Marco Integrado mejorado (MIM) ha financiado un proyecto de Ayuda para el Comercio (véase el recuadro 3).

Recuadro 3

Promoción de la agricultura sostenible y la diversificación de las exportaciones en Guinea Ecuatorial

El proyecto, de tres años de duración y un valor aproximado de 1,4 millones de dólares EE.UU., está liderado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y el Ministerio de Comercio, con el apoyo del Ministerio de Agricultura. En coordinación con el MIM, el proyecto tiene por objeto ampliar la capacidad productiva de Guinea Ecuatorial mediante la aplicación de métodos de producción agroecológicos sostenibles y de innovaciones poscosecha. Para ello:

- se introducirán sistemas innovadores y se propiciará la transferencia de tecnologías en los sistemas de producción y comercio de determinados sectores (animales y vegetales);
- se fomentarán las vías seguras de ingresos mediante el fortalecimiento de las cadenas de valor agrícolas y un enfoque inclusivo y participativo del aprendizaje.

El proyecto beneficiará directamente a más de 300 empresarios agroindustriales, que se dividirán en 10 grupos de 30 personas (mujeres, jóvenes y mixtos) y 25 técnicos, así como funcionarios públicos.



Sectores de la pesca y el turismo

Los sectores de la pesca y el turismo también se configuran como esferas para el desarrollo sostenible. En las respuestas de los nueve pequeños estados insulares en desarrollo se destaca la importancia del potencial de diversificación económica y de las exportaciones de estos sectores en la transición hacia el desarrollo sostenible, que incluye lo siguiente:

- la aplicación de principios de sostenibilidad para conservar las poblaciones de peces y permitir una corriente sostenida de exportaciones de pescado;

La propietaria de la empresa pesquera Lady Edwina, en el mercado de pescado de Apia (Samoa).

- la creación de una economía azul sostenible, en la que se fomente el crecimiento económico al tiempo que se asegure la sostenibilidad de los recursos marinos;
- el desarrollo del turismo ecológico como herramienta para mitigar la pérdida de biodiversidad;
- la diversificación en otros sectores de servicios para asegurar la resiliencia y el crecimiento.

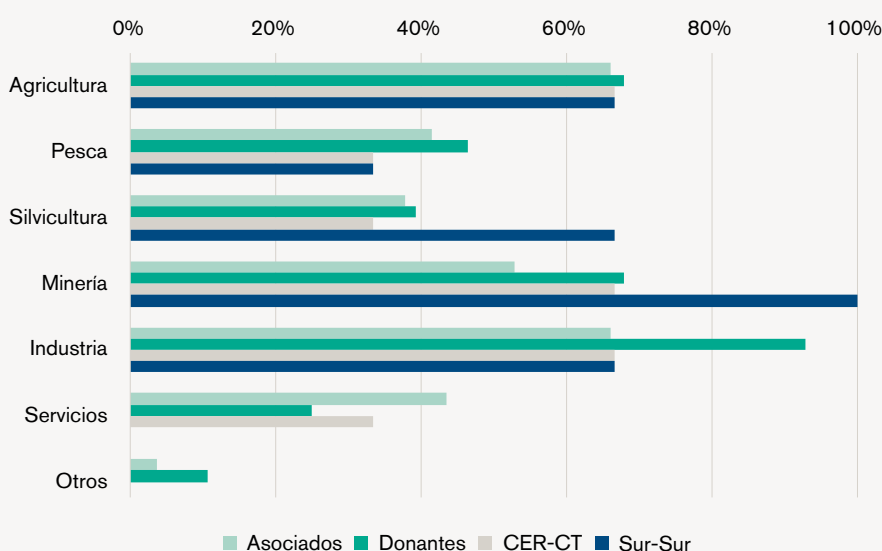
Las respuestas al cuestionario señalan que muchos donantes han aumentado sus actividades para apoyar la transición hacia el desarrollo sostenible. Las recientes iniciativas encabezadas por Australia, junto con países del Pacífico, organizaciones regionales y bancos multilaterales de desarrollo, se han centrado en la sostenibilidad de las poblaciones de peces. El objetivo consiste en garantizar las fuentes de ingresos a largo plazo y mejorar el acceso a los mercados.

Sectores de la agricultura y la industria

Existe una sensibilidad cada vez mayor sobre las oportunidades y los riesgos comerciales que entraña la transición hacia el desarrollo sostenible. La agricultura es un sector que está en posición de beneficiarse de la transición y que, en opinión de los encuestados, ofrece potencial de diversificación económica y de las exportaciones. En cambio, todos los encuestados reconocen que lograr una industrialización sostenible es una tarea más ardua (véase la figura 5).

Las percepciones de los países en desarrollo se ven influidas por las ventajas comparativas y las huellas comerciales existentes. De los países en desarrollo que respondieron al cuestionario, 30 indican que los sectores de la agricultura y la industria tienen ante sí los mayores desafíos en la transición hacia el desarrollo sostenible.

Gráfico 5: Sectores económicos que tienen ante sí los mayores desafíos para la transición hacia el desarrollo sostenible, por categoría de encuestado



Fuente: Secretaría de la OMC.

Destacan lo siguiente:

- Los pequeños agricultores pueden tener dificultades para cumplir las nuevas reglamentaciones agrícolas introducidas por los destinos de exportación, como el mercado de la UE (véase el recuadro 4).
- Es posible que deban revisarse los estudios de impacto ambiental sobre las grandes explotaciones mineras e inversiones industriales para que cumplan los nuevos requisitos.
- Las economías nacionales que dependen en gran medida de un sector (por ejemplo, el sector minero en Zambia) pueden enfrentarse a efectos sociales perjudiciales si el volumen de las exportaciones se contrae.
- Encontrar inversiones para la transición hacia el desarrollo sostenible es oneroso para las finanzas públicas.

Recuadro 4

Medidas “de la granja a la mesa” en el Perú

El Perú prevé en que las medidas “de la granja a la mesa” establecidas en la Unión Europea reducirán los volúmenes de exportación. El mercado de la UE representa el 55,7% de sus exportaciones agropecuarias totales. Las medidas “de la granja a la mesa” plantean problemas particulares a las empresas y las cadenas de suministro peruanas que no conocen suficientemente las nuevas prescripciones en materia de productos.

Dado que casi el 97% de la mano de obra agrícola del Perú son pequeñas explotaciones familiares, tendrán consecuencias negativas en el desarrollo.

Un agricultor de cacao examina la calidad de una vaina.



Cuadro 10: Desafíos de sectores específicos en relación con la transición hacia el desarrollo sostenible

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
África	
Comoras	El plan de desarrollo consiste en crear una economía azul sostenible y desarrollar del turismo ecológico como herramienta para mitigar la pérdida de biodiversidad
Guinea Ecuatorial	Encontrar inversiones para la transición hacia el desarrollo sostenible está resultando ser un reto, debido al agotamiento de las finanzas públicas tras la COVID-19
Madagascar	Deben revisarse los estudios de impacto ambiental sobre las grandes explotaciones mineras e inversiones industriales para que cumplan los nuevos requisitos
Mauricio	La aplicación de principios de sostenibilidad puede contribuir a conservar las poblaciones de peces y permitir una corriente sostenida de exportaciones de pescado
Santa Lucía	Aunque el turismo desempeña un papel importante, la diversificación hacia otros sectores de servicios es fundamental para garantizar la resiliencia y el crecimiento (por ejemplo, la tecnología de la información y otros servicios profesionales) La transición hacia el desarrollo sostenible en el sector industrial se ve entorpecida por la falta de capital para reconvertir las fábricas y rediseñar los procesos de fabricación Faltan conocimientos técnicos y pericia, en particular en las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (que representan el 80% de la comunidad empresarial)
Zambia	La contracción de las exportaciones mineras tendría repercusiones sociales, ya que el sector aporta una contribución sustancial a la economía nacional
América Latina y el Caribe	
Guatemala	La falta de conocimientos sobre las nuevas prescripciones para el mercado de la UE (por ejemplo, sobre plaguicidas restringidos) plantea dificultades para el potencial de exportación si no se aborda
Perú	Las empresas y las cadenas de suministro no conocen suficientemente las nuevas prescripciones en materia de productos para el mercado de la UE
Donantes	
Australia	Colaboración con los países del Pacífico, las organizaciones regionales y los bancos multilaterales de desarrollo para asegurar la sostenibilidad de las poblaciones de peces, crear corrientes de ingresos a largo plazo y mejorar el acceso a los mercados El sector de la pesca recibe apoyo principalmente a través de asociaciones con la Comunidad del Pacífico Sur y el Organismo de Pesca del Foro de las Islas del Pacífico
Centro de Comercio Internacional	La estrategia GreenToCompete apoya a las microempresas y las pequeñas y medianas empresas en la transición hacia una economía verde La labor sobre la eficiencia de los recursos y la producción circular ha ayudado a más de 400 empresas a mejorar su huella ambiental en los últimos tres años



OPINIÓN EXPERTA

Adopción de la estrategia GreenToCompete

Sarah Mohan, Oficial Adjunta de Programas, y Barbara Ramos, Jefa de Investigación y Estrategias de Exportación del ITC

Los efectos del cambio climático toman derivas desiguales. Las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (mipymes) de los países en desarrollo se enfrentan a las amenazas físicas que plantea el clima, como los fenómenos meteorológicos extremos. También serán los receptores de las medidas que se están negociando para contrarrestar los daños del calentamiento planetario. Los Gobiernos están elaborando reglamentos para reducir las emisiones. Los principales compradores buscan proveedores con credenciales climáticas (Lund *et al.*, 2020). Las políticas comerciales relacionadas con el clima podrían llegar a afectar a las exportaciones de los países en desarrollo.*

En este contexto, muchas mipymes perciben el cambio ambiental como un riesgo para su competitividad. En promedio, el 68% de las empresas entrevistadas para las encuestas del Centro de Comercio Internacional (ITC) sobre la competitividad de las pymes en el África Subsahariana mencionaron importantes riesgos físicos de carácter ambiental para sus empresas, un porcentaje mayor que el 54% de los encuestados de países desarrollados que indicaron lo mismo (Grupo AXA y PNUMA, 2015; ITC, 2019). La política también fue motivo de preocupación, ya que una cuarta parte de las mipymes percibe en la reglamentación ambiental un obstáculo a su actividad empresarial.

Aunque muchas mipymes están preocupadas por las consecuencias del cambio climático, la mayoría aún no ha invertido en medidas para prepararse al respecto. El 60% de las grandes empresas informaron de que habían invertido en al menos una medida para reducir su exposición a los

riesgos ambientales, según los datos del ITC. En comparación, solo el 38% de las mipymes lo había hecho.

El ITC trabaja para poner a las mipymes en el lado ganador del balance del futuro del planeta. GreenToCompete es una estrategia del ITC que ayuda a las mipymes de los países en desarrollo a aprovechar el comercio para realizar la transición verde. GreenToCompete se centra en el cambio climático, la circularidad y la diversidad para apoyar a los países en tres niveles: empresa, ecosistema empresarial y políticas.

En primer lugar, el ITC faculta a las mipymes para competir utilizando prácticas comerciales y finanzas verdes que aportan soluciones a los problemas ambientales. En segundo lugar, el ITC colabora con las partes interesadas del ecosistema empresarial, incluidos asociados del mercado, para poner a disposición los servicios y las conexiones que las mipymes necesitan para aprovechar oportunidades comerciales verdes. Por último, el apoyo del ITC crea capacidad entre las partes interesadas de los países en desarrollo para defender los intereses de las mipymes en los marcos de política relacionados con el clima.

La Herramienta de Evaluación de la Competitividad Climática del ITC, la orientación en materia de eficiencia de los recursos y economía circular, y la herramienta “Standards Map”, entre otras cosas, ayudan a las mipymes a aumentar su competitividad en lo que respecta al clima. Al situar a las mipymes en el centro de una transición verde, es posible abordar la crisis climática y al mismo tiempo desarrollar la competitividad de las empresas, de las que depende gran parte de la población mundial.

* Estas medidas, denominadas ajustes en frontera por carbono, han excluido hasta la fecha la mayoría de los sectores pertinentes para las mipymes en los países en desarrollo. Sin embargo, puede haber implicaciones a largo plazo para los países en desarrollo y sus mipymes (véase PNUMA/OMC (2009) y <https://intracen.org/news-and-events/events/demystifying-the-eus-carbon-policies-and-impact-on-trade>).

Financiación de objetivos ambientales en las estrategias comerciales y de desarrollo sostenible

Financiación climática

La financiación climática está cada vez más entrelazada con la financiación de la Ayuda para el Comercio, sobre todo en la esfera de las infraestructuras de energía renovable. La pobreza energética es una limitación fundamental de la oferta en muchos países en desarrollo y uno de los numerosos puntos de intersección de la Ayuda para el Comercio con la financiación climática.

La participación de los sectores público y privado en la financiación de la transición a una economía con bajas emisiones de carbono va en aumento. En esta esfera, la Ayuda para el Comercio y una variedad de partes interesadas pueden desempeñar una función catalizadora ayudando a movilizar fondos para infraestructuras verdes en la oferta y ayudando al sector privado a aprovechar las oportunidades que ofrece la economía de bajas emisiones de carbono.

Movilización del sector privado

La financiación climática privada es una esfera de crecimiento señalada como objetivo en el Pacto de Glasgow para el Clima³, en el que se “exhorta a los bancos multilaterales de desarrollo, a otras instituciones financieras y al sector privado a que incrementen la movilización de financiación con el fin de proporcionar recursos a la escala necesaria para hacer realidad los planes referidos al clima, en particular en lo que respecta a la adaptación”.

La CP26 también puso de manifiesto que cada vez se presta más atención a la participación del sector privado como agente para lograr los objetivos de reducción de las emisiones netas a cero y la movilización de los recursos financieros para lograr estos objetivos, mediante iniciativas como la Alianza Financiera de Glasgow para las Cero Emisiones Netas, que abarca más de 450 empresas de 45 países que controlan activos por valor de 130 billones de dólares EE.UU.

Sus signatarios se comprometen a establecer objetivos relacionados con el cambio climático que sean sólidos, basados en principios científicos y a corto plazo.

En una variedad de resultados acordados en la CP26 se incluyen compromisos para el sector privado, y entre otras iniciativas se incluyen las siguientes:

- la Alianza Energética Mundial para las Personas y el Planeta, liderada por la Fundación Rockefeller, cuyo objetivo es ampliar la energía limpia de uso productivo a 1.000 millones de personas insuficientemente atendidas;
- el Fondo de Asociación para la Financiación Climática, administrado por BlackRock, que busca activamente la participación del sector privado;
- más de 30 instituciones financieras con activos mundiales valorados en 8,7 billones de dólares EE.UU. se han comprometido a eliminar las inversiones en actividades vinculadas a la deforestación;
- seis grandes fabricantes de vehículos y más de 30 países acordaron acelerar la descarbonización del transporte por carretera mediante una transición mundial a vehículos de emisión cero de aquí a 2040.

Según la Iniciativa de Política Climática (Macquarie *et al.*, 2020), las actividades relacionadas con el sector privado son más habituales en:

- inversión en energías renovables (principalmente en energía eólica terrestre y energía solar fotovoltaica, pero también, en menor grado, en energía geotérmica, biomasa moderna, hidroeléctrica en pequeña escala y biocombustibles);
- inversión en eficiencia energética (inversión en ahorro energético para viviendas, edificios, transporte e industria);
- gestión de residuos.

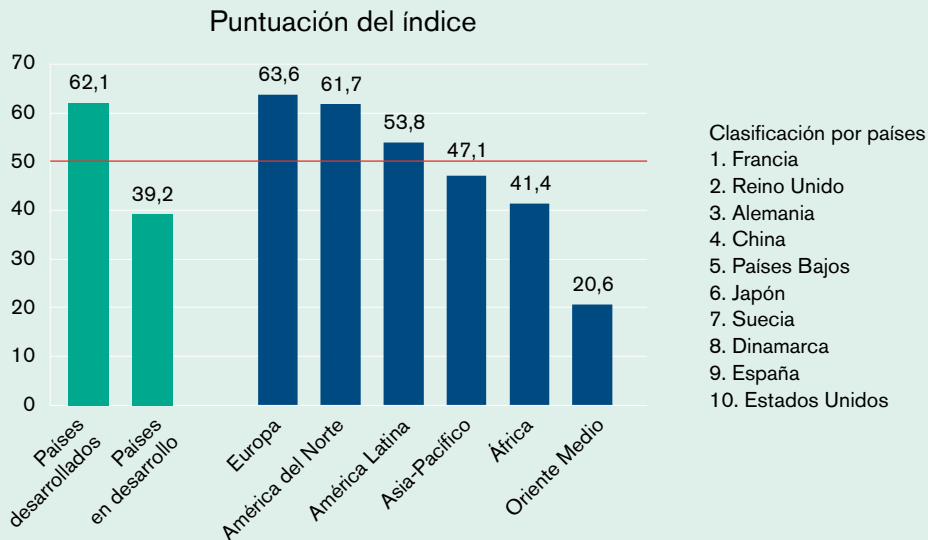
Índice mundial de desarrollo financiero verde

El índice mundial de desarrollo financiero verde, elaborado conjuntamente por el Foro Financiero Internacional (IFF) y el Instituto Internacional de Finanzas Verdes (IIGF) de la Universidad Central de Finanzas y Ciencias Económicas

de Beijing, es una medida cuantitativa del progreso centrado en tres esferas: política y estrategia; producto y mercado; y cooperación internacional. Tiene por objeto proporcionar información coherente sobre el desarrollo de la financiación verde en el mundo (véase el recuadro 5).

Recuadro 5

Índice mundial de desarrollo financiero verde y clasificación por países



Los resultados muestran que el desarrollo financiero verde es desigual y que el índice es en promedio del 50 en los 55 países sondeados (véase la línea roja) y mayor en los países desarrollados y en las regiones de Europa y América del Norte.

El IFF señala una serie de problemas y desafíos para el desarrollo de la financiación verde en el mundo, así como posibles soluciones, a saber:

- establecer un marco de política eficaz;
- promover la innovación financiera para desarrollar productos y servicios financieros verdes más diversificados;
- promover la armonización de las definiciones y las normas de divulgación;
- reforzar la cooperación internacional en materia de desarrollo financiero verde.

Fuente: IFF (2021).

El Foro Financiero Internacional (IFF, 2021) constata lo siguiente:

“A pesar de los alentadores avances, el desarrollo de financiación verde se enfrenta a muchos desafíos, entre ellos el desarrollo desigual entre países, la escasa diversidad de productos y servicios, la incoherencia entre definiciones y normas de divulgación en materia de financiación verde, y las repercusiones negativas de la pandemia de COVID-19. Para abordar estos problemas, en el informe se pide un apoyo constante a las políticas, más innovaciones financieras para desarrollar productos y servicios financieros verdes diversificados, y una mayor armonización de las definiciones y las normas de divulgación en materia de financiación verde a nivel nacional e internacional. También se pide una cooperación internacional más estrecha, en especial en lo que respecta a la armonización de las definiciones y normas, la promoción de principios y prácticas de inversión sólidos, el desarrollo del capital humano y la creación de capacidad, la facilitación de corrientes financieras

relacionadas con el clima para países vulnerables y de bajo ingreso, y la mejora de las estadísticas y la recopilación de datos sobre la financiación verde”.

Los asociados Sur-Sur y la financiación de la Ayuda para el Comercio

Los asociados Sur-Sur también están integrando las preocupaciones ambientales en su financiación de la Ayuda para el Comercio. En 2021, China publicó las *Orientaciones sobre desarrollo verde para la inversión y la cooperación internacionales*⁴ (véase el recuadro 6), y en un informe de China sobre la Iniciativa “Cinturón y Ruta” se dice que 2020 fue el primer año en que las inversiones en energías renovables de los países abarcados en la Iniciativa superaron las inversiones en carbón, y que en el primer semestre de 2021 dichos países no recibieron financiación relacionada con el carbón (Nedopil Wang, 2022).

Paneles flotantes de energía solar fotovoltaica en Viet Nam.



Recuadro 6

Orientaciones sobre desarrollo verde para la inversión y la cooperación internacionales

En 2021, el Gobierno de China publicó una política para alentar a las empresas chinas a integrar el desarrollo verde a lo largo de todo el proceso de inversión y cooperación internacional. El Ministerio de Comercio y el Ministerio de Ecología y Medio Ambiente publicaron conjuntamente las Orientaciones sobre desarrollo verde para la inversión y la cooperación internacionales*.

En las orientaciones se recomienda a las empresas chinas “aplicar las normas ecológicas internacionales” y se las alienta a “adoptar normas internacionales o chinas en sus actividades de inversión cuando no existan leyes o reglamentos locales o estos sean demasiado indulgentes”. En las orientaciones se fomenta la práctica de la evaluación del impacto ambiental de conformidad con las normas aceptadas internacionalmente. Al incorporar los tres aspectos ambientales de control de la contaminación, protección ecológica y cambio climático, estas orientaciones son pioneras porque armonizan las inversiones chinas en el extranjero con el Acuerdo de París.

En las orientaciones se recomienda a las empresas chinas apoyar las inversiones en energía solar, eólica y otras energías limpias. Las orientaciones también se ocupan del comercio, ya que en ellas se exige a las empresas acelerar la integración con las cadenas de suministro verdes mundiales, comprar de manera ecológica y adquirir productos y servicios inocuos para el medio ambiente. Las orientaciones van dirigidas específicamente a algunas de las instituciones financieras más importantes: el Banco de Desarrollo de China, el Banco de Exportación e Importación de China y la Corporación de Seguros de Crédito y Exportación de China (Sinosure).

En junio de 2021, la Coalición Internacional para el Desarrollo Verde de la Iniciativa “Cinturón y Ruta”, ClientEarth y el Instituto de Finanzas y Sostenibilidad de Beijing organizaron un taller de dos días sobre mitigación de riesgos ambientales y climáticos para las instituciones financieras más importantes de la Iniciativa “Cinturón y Ruta”. Aunque el proceso no está exento de dificultades, estas instituciones están elaborando políticas fundamentales, como la clasificación en categorías de los proyectos en función de los riesgos ambientales, requisitos de las normas ambientales, evaluaciones de impacto, evaluaciones de terceros, divulgación de información y participación pública, mecanismos de reclamación e incluso posibles políticas de exclusión de combustibles fósiles.

Fuente: Texto adaptado de https://en.ndrc.gov.cn/news/mediarsources/202108/t20210810_1293453.html.

* Véase <https://www.clientearth.org/latest/documents/green-development-guidelines-for-overseas-investment-and-cooperation-english-translation/>.

En primer plano: Labor de la OMC en materia de comercio y medio ambiente

En virtud de la Decisión Ministerial de 1994 sobre Comercio y Medio Ambiente* se estableció el Comité de Comercio y Medio Ambiente (CCMA), con objeto de:

- “(a) establecer la relación existente entre las medidas comerciales y las medidas ambientales con el fin de promover un desarrollo sostenible;
- (b) hacer recomendaciones oportunas sobre si son necesarias modificaciones de las disposiciones del sistema multilateral de comercio, compatibles con el carácter abierto, equitativo y no discriminatorio del sistema”.

El CCMA está abierto a la participación de todos los Miembros de la OMC, y algunas organizaciones internacionales tienen la condición de observador en sus reuniones. Con arreglo a su amplio mandato, el CCMA ha contribuido a establecer y comprender la relación existente entre el comercio y el medio ambiente con el fin de promover un desarrollo sostenible. Si bien el CCMA no ha recomendado ninguna modificación de las normas del sistema multilateral de comercio, su labor ha conducido a la inclusión de algunas cuestiones comerciales y ambientales en las negociaciones.

Iniciativa conjunta sobre comercio y medio ambiente de la OMC

En noviembre de 2020, un grupo de 50 Miembros de la OMC anunciaron su intención de intensificar la labor de la OMC sobre el comercio y la sostenibilidad ambiental mediante la organización de “debates estructurados” para los Miembros interesados, así como de un diálogo con las partes interesadas externas.** Los Debates Estructurados sobre el Comercio y la Sostenibilidad Ambiental (DECSA) tienen por objeto complementar la labor del CCMA y de otros órganos competentes de la OMC y promover los objetivos de la OMC, que prevén un sistema mundial de comercio que proteja y preserve el medio ambiente conforme al objetivo de desarrollo sostenible.

En la Comunicación Ministerial sobre la iniciativa de los DECSA*** adoptada en 2021 se establece la labor futura en esferas como el comercio y el cambio climático, el comercio de bienes y servicios ambientales, la economía circular y las cadenas de suministro sostenibles. Actualmente participan en la iniciativa 71 Miembros de la OMC de todas las regiones y de todos los niveles de desarrollo.

* Véase el anexo II de la *Reunión a nivel ministerial*, documento MTN.TNC/45(MIN) del GATT, de 6 de mayo de 1994.

** *Comunicación sobre el comercio y la sostenibilidad ambiental*, documento WT/CTE/W/249 de la OMC, de 17 de noviembre de 2020.

*** *Debates estructurados sobre el comercio y la sostenibilidad ambiental*, documento WT/MIN(21)/6/Rev.2 de la OMC, de 14 de diciembre de 2021.



OPINIÓN EXPERTA

Desarrollo industrial verde: transiciones justas a energías verdes y economías circulares

Nilgün Tas, Directora Adjunta del Departamento de Medio Ambiente y Jefa de la División de Uso Eficiente de los Recursos Industriales de la ONUDI

Los países asociados de la Ayuda para el Comercio conceden prioridad a la industria y al noveno Objetivo de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas en sus esfuerzos por lograr la diversificación de la economía y las exportaciones, y observan que la industria puede tener ante sí el mayor desafío en materia de desarrollo sostenible. Sin embargo, la ONUDI está convencida de que disponemos de la mayor parte de las tecnologías, los conocimientos y las competencias para mantener el crecimiento económico y afrontar las tres crisis mundiales, a saber, el cambio climático, la pérdida de biodiversidad y la contaminación. Para realizar una transición justa a economías verdes y de bajas emisiones de carbono en las economías menos adelantadas y las economías en desarrollo, se necesitarán asociaciones, colaboración, creación de capacidad y financiación para participar en los mercados de productos y energías verdes.

La transición hacia energías verdes es indispensable para corregir cerca de la mitad de las emisiones de carbono. El Programa y Asociación Mundial para el Hidrógeno Verde en la Industria* de la ONUDI promueve el hidrógeno verde para apoyar el desarrollo industrial inclusivo y sostenible y los compromisos en el marco del Acuerdo de París sobre el Cambio Climático.

Las transiciones justas a energías verdes y economías circulares son dos caras de la misma moneda. La otra mitad de las emisiones de carbono y el 90% de la pérdida de biodiversidad relacionada con la tierra se deben al uso de recursos para productos que todos consumimos para satisfacer necesidades sociales: desde la nutrición hasta la vivienda, la infraestructura, la movilidad, el transporte, los bienes de consumo y de capital, las comunicaciones y otros servicios (IRP, 2019).

Desechar un producto, un componente o un material que puede ser reutilizado, reparado, restaurado, remanufacturado, reciclado muchas veces o regenerado en la naturaleza genera

enormes pérdidas económicas, además de repercusiones negativas en el medio ambiente y la salud.

Las industrias y las empresas que mejoran la eficiencia de los recursos y aplican prácticas de economía circular producen productos sostenibles y circulares, ahorran costos, mejoran su competitividad y resiliencia y crean puestos de trabajo dignos, a la vez que salvaguardan el medio ambiente. Los programas de producción más limpia y uso eficiente de los recursos y los programas de transferencia de tecnologías ambientalmente racionales de la ONUDI, que se aplican por todo el mundo desde 1994, dan amplias muestras de estos beneficios colaterales.

En Indonesia, 149 pequeñas y medianas empresas (pymes) ahorran 19,6 millones de dólares EE.UU. al año, junto con una reducción anual de 350.000 toneladas de emisiones de gases de efecto invernadero, 2,6 millones de metros cúbicos de agua y 2,2 millones de metros cúbicos de aguas residuales.** En un programa de transferencia de tecnologías ambientalmente racionales realizado en el Mediterráneo meridional, 125 pymes ahorraron EUR 41,7 millones anuales, con los consiguientes beneficios ambientales (ONUDI, 2020). El Programa Global de Parques Ecoindustriales de la ONUDI se centra en los parques industriales existentes y apoya las medidas de carácter circular de las pymes establecidas en esos parques para crear beneficios colaterales similares.*

La industria desempeña un papel fundamental en la circularidad desde el punto de vista de la oferta, aunque los Gobiernos tienen la función más importante. Solo ellos pueden crear entornos favorables para que las empresas adopten prácticas circulares y permitan a los clientes impulsar la demanda de productos circulares y adoptar estilos de vida sostenibles, como han demostrado los miembros de la Alianza Mundial para la Economía Circular y la Utilización Eficiente de los Recursos.*+

El comercio internacional tiene el potencial de convertirse en un elemento facilitador fundamental de las transiciones justas a las energías verdes y la economía circular. Unas definiciones y clasificaciones comunes para los productos verdes y circulares cuando estos cruzan las fronteras (por ejemplo, bienes remanufacturados), la facilitación del comercio (por ejemplo, la

digitalización) para mejorar la capacidad de seguimiento y la transparencia de las redes de suministro, y la integración de la circularidad en los acuerdos de cooperación comercial y económica contribuirán en gran medida a cerrar el círculo en todo el mundo.

* Véase <https://www.unido.org/green-hydrogen>.

** Véase https://www.unido.org/sites/default/files/files/2020-11/INS-100224_RECPE-2019.pdf.

+ Véase <https://hub.unido.org/about-eco-industrial-parks>.

++ Véase <https://www.youtube.com/watch?v=OYgasG8UWWo>.

Compromisos de los bancos multilaterales de desarrollo

Grupo del Banco Africano de Desarrollo

El Grupo del Banco Africano de Desarrollo puso en marcha un marco sobre el cambio climático y el crecimiento verde en la CP26. El marco comprende una política estratégica, una estrategia a largo plazo para 2021-2030 y un plan de acción quinquenal para 2021-2025. Entre los objetivos se incluyen los siguientes:

- destinar el 40% de las autorizaciones de proyectos a la financiación climática en 2021, con proporciones idénticas para la adaptación y la mitigación;
- incluir la financiación climática en todas las inversiones bancarias;
- aumentar el acceso a la financiación climática para los países africanos de bajo ingreso (con 25.000 millones de dólares EE.UU. como objetivo para 2025) y situar el sector financiero de África en la vanguardia de la innovación financiera.

Banco Asiático de Desarrollo

Las preocupaciones ambientales constituyen una prioridad fundamental de la Estrategia 2030 (BASeD, 2019a):

“Las principales respuestas indicadas en el marco de la tercera prioridad operativa de la

Estrategia 2030 son, entre otras, ampliar el apoyo para abordar el cambio climático, los riesgos de desastre y el deterioro del medio ambiente; acelerar el desarrollo relacionado con las bajas emisiones de gases de efecto invernadero; asegurar un enfoque integral para desarrollar resiliencia frente al cambio climático y los desastres; velar por la sostenibilidad ambiental; y prestar más atención al nexo agua-energía-alimentos”.

Como parte de sus iniciativas relacionadas con la sostenibilidad, el Programa de Financiación del Comercio y las Cadenas de Suministro del Banco Asiático de Desarrollo garantiza la armonización con las normas ambientales mundiales y contribuye a promover las normas entre los bancos asociados. Las dimensiones ambientales también se incorporan en los planes regionales de cooperación e integración y en una nota de orientación de 2022 (BASeD, 2022).

Banco Asiático de Inversión en Infraestructura

El Banco Asiático de Inversión en Infraestructura (BAII) anunció el objetivo de destinar a la financiación climática el 50% de la financiación total aprobada de aquí a 2025, como parte de su compromiso de armonizar las operaciones con los objetivos del Acuerdo de París para el 1 de julio de 2023.⁵ En octubre de 2021⁶ el BAII informó de lo siguiente:

- se ha ampliado la atención a la adaptación y la resiliencia;
- la financiación climática representó el 41% de la cartera de infraestructuras en 2020;
- las autorizaciones en concepto de financiación climática sumarán 50.000 millones de dólares EE.UU. en 2030.

Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo

La transición a una economía verde del BERD tiene por objeto lograr una tasa de financiación verde de más del 50% de sus inversiones anuales para 2025 (BERD, 2020b), lo que conllevará lo siguiente:

- la armonización con el Acuerdo de París;
- la mejora del compromiso en materia de políticas para desarrollar estrategias de bajas emisiones de carbono a largo plazo y vías resilientes al cambio climático;
- la innovación en todas las esferas temáticas, como los sistemas financieros verdes, la descarbonización industrial, los sistemas alimentarios sostenibles, la integración de sistemas energéticos, las ciudades y la infraestructura ambiental, la conectividad sostenible, los edificios ecológicos y el capital natural".

El enfoque del BERD tiene por objeto aprovechar toda la gama de instrumentos financieros de la institución y colaborar estrechamente con donantes como el Fondo de Inversión en el Clima, la Unión Europea, el Fondo para el Medio Ambiente Mundial, el Fondo Verde para el Clima y otros donantes bilaterales.

Banco Interamericano de Desarrollo

El BID señala la Visión 2025 como ejemplo de estrategia institucional que otorga prioridad a la dimensión ambiental (BID, 2021a), con medidas encaminadas a fomentar la resiliencia, la mitigación del cambio climático y la adaptación a este como una de las cinco vías para acelerar la recuperación de la pandemia de COVID-19.

Además, en el marco del Plan de Acción en Materia de Cambio Climático 2021-2025, el BID se propone asignar 24.000 millones de dólares EE.UU. a proyectos relacionados con la

financiación climática y verde como parte de su objetivo anual mínimo del 30% en concepto de financiación climática (BID, 2021b). Al Plan de Acción tiene por objeto apoyar a los miembros de la manera siguiente:

- apoyo normativo a partir de los esfuerzos tendientes a respaldar la revisión de las contribuciones determinadas a nivel nacional;
- alineación de sus operaciones con el Acuerdo de París;
- metas de mitigación y temperatura centrados en desarrollar las operaciones de manera compatible con las vías de desarrollo de bajas emisiones de carbono de los miembros;
- adaptación y resiliencia frente al cambio climático para gestionar riesgos físicos relacionados con el cambio climático;
- determinación de oportunidades para hacer las operaciones más resilientes frente al cambio climático;
- aumento de la financiación climática y aplicación de enfoques que salven la brecha de financiación climática y ayuden de manera eficaz a los países y los clientes del sector privado a acelerar la transición hacia el desarrollo sostenible;
- presentación de informes sobre actividades de respuesta al cambio climático;
- aprovechamiento de la metodología de financiación climática de los bancos multilaterales de desarrollo;
- medidas internas para poner sus actividades empresariales en consonancia con los objetivos de descarbonización y resiliencia frente al cambio climático.

Banco Islámico de Desarrollo

El Banco Islámico de Desarrollo hace referencia a su Plan de Acción sobre el Cambio Climático 2020-2025 (BIsD, 2020)⁷:

"En el Plan Quinquenal de Acción sobre el Cambio Climático establece cómo aplicará el BIsD su mandato en lo que respecta al cambio climático con sus clientes y las diversas partes interesadas, de conformidad con el marco de alineamiento de los bancos multilaterales de desarrollo con el Acuerdo de París. También se establecen modalidades

para alcanzar el objetivo de financiación climática del BIsD del 35% para 2025.

El Banco redobra sus esfuerzos para asegurar que todas sus actividades y operaciones contribuyan a los objetivos globales de los Acuerdos de París integrando sistemáticamente las oportunidades de mitigación del cambio climático y las medidas de adaptación en sus inversiones y operaciones de préstamo. Esto comprende la colaboración con otros bancos multilaterales de desarrollo para aplicar un enfoque armonizado al alineamiento con el Acuerdo de París.

A fin de crear sistemas sostenibles, se han incorporado consideraciones sobre el clima en las diferentes políticas sectoriales y las estrategias operativas conexas del Banco, entre ellas políticas sobre la agricultura y el desarrollo rural, la energía, el transporte, la salud, el desarrollo urbano y el agua”.

Banco Mundial

El Plan de Acción sobre el Cambio Climático 2021-2025 (Banco Mundial, 2021a) tiene por objeto llevar adelante su enfoque verde, resiliente e inclusivo. En el marco del Plan de Acción, el Grupo Banco Mundial (GBM) declara: “apoyaremos a los países y a los clientes del sector privado para maximizar el impacto del financiamiento climático, apuntando a lograr mejoras cuantificables en la adaptación y la resiliencia y reducciones mensurables en las emisiones de gas de efecto invernadero” (Banco Mundial, 2021a).

“El nuevo Plan de Acción representa una transición en la que se dejan de lado los esfuerzos tendientes a incorporar criterios ecológicos en los proyectos y hacerlos

Una comerciante tiene electricidad hasta las 23 h en su barrio como resultado de un proyecto comunitario en Puerto Príncipe (Haití).



más 'verdes', para aplicar una perspectiva ecológica en economías enteras, al tiempo que se pasa del énfasis en los insumos al énfasis en los impactos. (...) El GBM se ha comprometido a alinear los flujos de financiamiento con los objetivos del Acuerdo de París (...) congruente con los caminos que conducen a un desarrollo con bajas emisiones de carbono y resiliente frente al clima”.

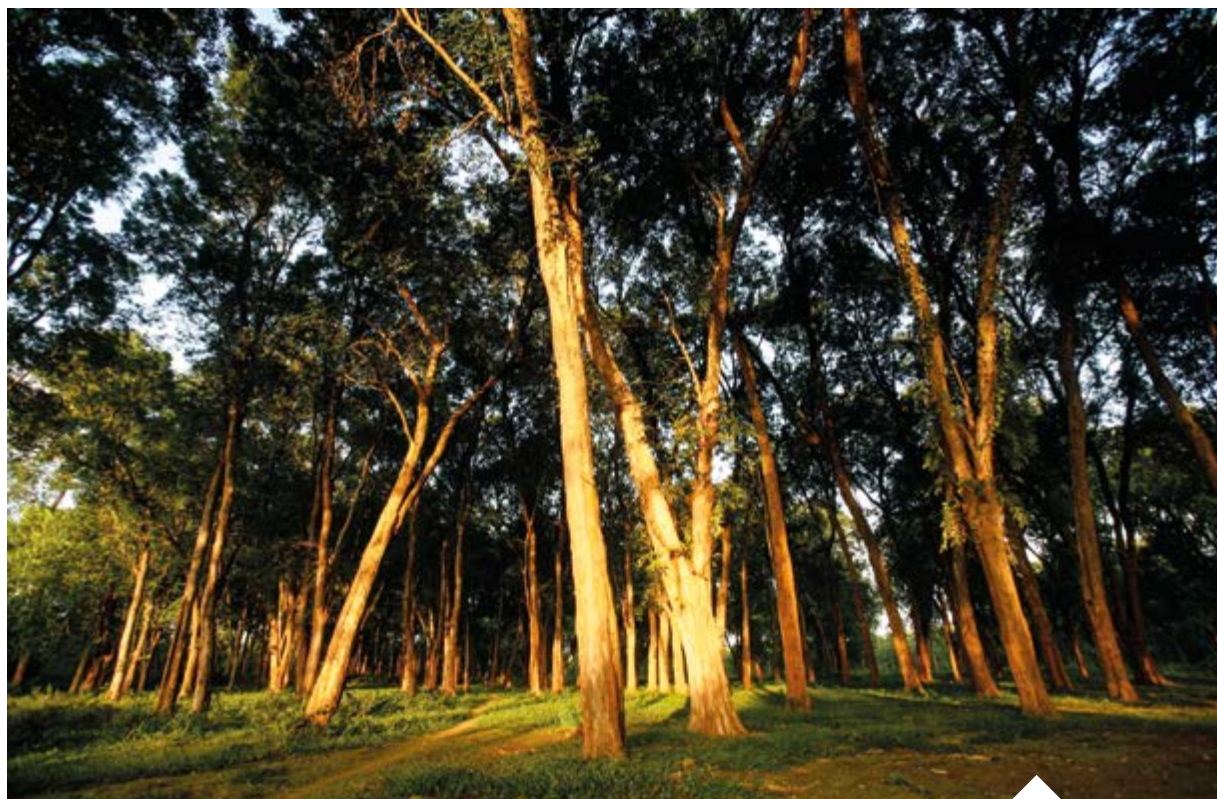
El Grupo Banco Mundial alineará todas las operaciones nuevas a partir del 1 de julio de 2023. Se considera que una operación está alineada cuando (Banco Mundial, 2021a):

“i) en lo que se refiere a mitigación climática, contribuye en forma activa a los caminos de descarbonización (por ejemplo, energía renovable) o apoya actividades que no provocan daños (por ejemplo, reforma del

sistema educativo) y, ii) en lo que se refiere a la adaptación al clima y la resiliencia, aborda íntegramente los riesgos climáticos. Las operaciones que no afectan negativamente ni contribuyen a los resultados climáticos se consideran alineadas siempre que aborden en forma integral cualquier exposición a riesgos climáticos y no se contradigan con las políticas nacionales referidas al desarrollo resiliente y con bajas emisiones de carbono. Las operaciones que se consideran universalmente no alineadas incluyen la minería de carbón térmico, la generación de electricidad a partir del carbón, la extracción de turba y la generación de electricidad a partir de la turba. En 2017, el GBM también anunció que, a partir de 2019, dejaría de financiar proyectos de prospección y extracción de petróleo y gas, y no ha financiado oleoductos desde 2014”.



Mujeres debaten la reconstrucción de su aldea en una reunión de la comunidad en Yogyakarta (Indonesia).



Tecas en Jepara (Indonesia).
Su madera, célebre por
su durabilidad y elegancia,
es un recurso valioso.

Notas finales

1. Véase https://www.wto.org/spanish/news_s/spno_s/spno24_s.htm.
2. Véase <https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/LTD/G21/325/74/pdf/G2132574.pdf?OpenElement>.
3. *Ibid.*
4. Véase <https://www.clientearth.org/latest/documents/green-development-guidelines-for-overseas-investment-and-cooperation-english-translation>.
5. Véase <https://www.aiib.org/en/about-aiib/whowe-are/infrastructure-for-tomorrow/greeninfrastructure/climate/index.html>.
6. Véase <https://www.aiib.org/en/news-events/news/2021/AIIB-to-Fully-Align-with-Paris-Agreement-Goals-by-Mid-2023.html>.
7. Véase <https://www.isdb.org/climate-change>.

Pescador, isla de Malekula
(Vanuatu).

**Conectividad
digital,
comercio
electrónico
y comercio
sostenible**



94

Conectividad digital, comercio electrónico y pandemia de COVID-19

103

Deficiencias de la conectividad digital

108

Estrategias de desarrollo de la conectividad digital y del comercio electrónico

124

Conectividad digital, comercio electrónico y transición al desarrollo sostenible

126

Conectividad digital, igualdad de género y empoderamiento económico de las mujeres

La pandemia de COVID-19 impulsó la conectividad



782 millones

de personas más en línea en los países en desarrollo desde 2019

Uso de Internet 2019-2021

- África **+23%**
- Asia y el Pacífico **+24%**
- Países menos adelantados (PMA) **+20%**



El **27%** de la población de los PMA está actualmente en línea.

Persisten las siguientes limitaciones de conectividad ...



- Cobertura de Internet insuficiente/desigual
- Infraestructura de red y capacidad de banda ancha deficientes
- Acceso deficiente a los servicios de Internet
- Falta de competencias digitales y conocimientos en tecnología de la información

... mais la volonté de les surmonter est de plus en plus forte



El **80%**

de los países en desarrollo prioriza las cuestiones digitales en sus estrategias de desarrollo sostenible

Más financiación disponible

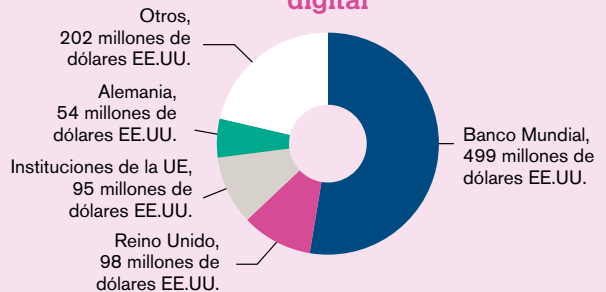


La financiación para el desarrollo de actividades digitales se duplicó con creces en 2015-2019 y alcanzó

18.600 millones de dólares EE.UU.

4.200 millones de dólares EE.UU. de financiación privada

Principales donantes de la financiación digital



Esferas que atraen la financiación digital



La tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) desempeña un papel esencial en la aceleración de la conectividad digital y la facilitación del comercio electrónico, lo que puede ayudar a abordar las preocupaciones climáticas y ambientales más apremiantes del mundo. A su vez, la mejora de la conectividad digital es fundamental para cumplir la promesa de las TIC en relación con los resultados en materia de comercio y desarrollo.

Los colectivos interesados en la Ayuda para el Comercio otorgan más fondos a los programas de conectividad digital y comercio electrónico. La financiación para el desarrollo de las actividades digitales se triplicó con creces entre 2015 y 2019 y los proveedores invirtieron un total de 18.600 millones en este período.

La pandemia de COVID-19 ha provocado un aumento sin precedentes de la conectividad digital y el crecimiento del comercio electrónico. El paso al gobierno electrónico durante la pandemia ha sido un motor fundamental de este proceso.

Sin embargo, el rápido crecimiento de la demanda de conectividad y de servicios digitales ha puesto de manifiesto deficiencias, por ejemplo, en la infraestructura de las TIC, los marcos de reglamentación, la asequibilidad de la conexión y las competencias digitales. Estos factores hacen que la brecha digital siga siendo amplia, tanto dentro de los países como entre ellos.

Aunque la conectividad digital está ampliamente reconocida como motor del empoderamiento económico de las mujeres, más del 70% de los encuestados que respondieron a un cuestionario, distribuido en el marco del ejercicio conjunto de vigilancia y evaluación de la Ayuda para el Comercio llevado a cabo por la OCDE y la OMC en 2022, pone de relieve que las mujeres tropiezan con dificultades particulares para acceder a las tecnologías digitales.

La conectividad digital y el comercio electrónico son esferas en las que las asociaciones público-privadas están prosperando. En 2019, las instituciones bilaterales y multilaterales atrajeron aproximadamente 700 millones de

“La mejora de la conectividad digital es fundamental para cumplir la promesa de las TIC en relación con los resultados en materia de comercio y desarrollo”.

dólares EE.UU. de financiación del sector privado para sus proyectos digitales. La filantropía privada movilizó otros 4.200 millones de dólares EE.UU.

Sin embargo, sigue habiendo un margen considerable para ampliar la financiación de la Ayuda para el Comercio en la esfera de la conectividad digital y el comercio electrónico, en particular por lo que respecta a los donantes bilaterales, los asociados Sur-Sur y las asociaciones público-privadas.

Sobre la base de las respuestas al cuestionario, en este capítulo se presenta un análisis de las tendencias generales y se proporcionan ejemplos explícitos basados en la información que los participantes proporcionaron en el cuestionario. Los resultados de este ejercicio de vigilancia y evaluación se han dividido en las siguientes secciones:

- conectividad digital, comercio electrónico y pandemia de COVID-19;
- deficiencias de la conectividad digital;
- estrategias de desarrollo de la conectividad digital y del comercio electrónico;
- conectividad digital, comercio electrónico y transición al desarrollo sostenible;
- conectividad digital, igualdad de género y empoderamiento económico de las mujeres.

En este capítulo también se incluyen estudios de casos prácticos basados en la labor de las siguientes organizaciones internacionales:

- Banco Asiático de Desarrollo (BAsD): TIC y resiliencia económica durante la pandemia de COVID-19;



Utilización de tecnología inteligente para gestionar las ventas en una pequeña tienda de comestibles de Dakar (Senegal).

- BAsD y Fondo Monetario Internacional (FMI): observaciones por satélite y resultados en materia de desarrollo sostenible;
- Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo (BERD): competencias y brecha digital;
- OCDE: medición de la financiación oficial para el desarrollo;
- Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID): razones por las que existe la brecha digital de género;
- Banco Mundial: digitalización y nuevas oportunidades comerciales

Conectividad digital, comercio electrónico y pandemia de COVID-19

La conectividad digital rápidamente resultó ser un factor importante para la resiliencia económica durante la pandemia de COVID-19, dado que las medidas de confinamiento limitaron el contacto entre personas. Los estudios realizados por el BAsD (véase el estudio de caso que figura a continuación) concluyen que los países con mejores infraestructuras de TIC registraron descensos más bajos de la actividad económica (BAsD, 2021).

En 2021, la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) indicó que “el impulso de la conectividad por la COVID”¹ había permitido conectarse, según estimaciones, a 782 millones de personas más desde 2019 (UIT, 2021a):

“Entre 2019 y 2021, el uso de Internet en África y en la región de Asia y el Pacífico aumentó un 23% y un 24%, respectivamente. En el mismo período, el número de usuarios de Internet en los países menos adelantados (PMA) creció un 20% y ahora representa el 27% de la población”.

Este aumento de la conectividad tiene consecuencias positivas en el crecimiento y la recuperación económicos. Un estudio de la UIT sugiere que un aumento del 10% en la penetración de la banda ancha móvil genera un incremento del PIB per cápita del 1,5% (UIT, 2021b). Según un informe reciente de Google y la Corporación Financiera Internacional del Banco Mundial, la economía de Internet en África puede aportar el 5,2% del PIB del continente antes de 2025, valorado actualmente en 180 millones de dólares EE.UU.² Para 2050, este valor podría ascender a 712.000 millones de dólares EE.UU. según sus estimaciones.

“Un aumento del 10% en la penetración de la banda ancha móvil genera un incremento del PIB per cápita del 1,5%”.

UIT (2021b)

Estudio de caso práctico

BAsD: TIC y resiliencia económica durante la pandemia de COVID-19

En un análisis de distintos países, el BAsD investigó si las economías con una infraestructura de TIC más sólida obtuvieron mejores resultados durante la pandemia (BAsD, 2021). El BAsD examinó 117 economías (86 mercados emergentes y 31 economías avanzadas) y constató que, en el caso de los países que habían sufrido brotes importantes de COVID-19, la mejora de la infraestructura de TIC había reducido los efectos negativos en el crecimiento del PIB.

En general, los resultados estaban en consonancia con sus expectativas y, lo que es más importante, respaldaban en cierta medida la idea de que los países que cuentan con una mejor infraestructura de TIC han tenido más éxito en amortiguar el impacto económico de la pandemia de COVID-19 al transferir más actividades económicas a Internet.

En un blog del BAsD*, los economistas encargados del estudio señalaron que la consecuencia natural de la política es que las inversiones en la infraestructura de TIC hacen que una economía sea más sólida frente a pandemias y otras perturbaciones. El ingente costo económico de la COVID-19 pone de relieve las enormes ventajas potenciales de esas inversiones. Además de reducir el costo de la información y la comunicación, las TIC ayudan a las economías a afrontar perturbaciones incluso grandes.

* Véase https://blogs.adb.org/blog/did-internet-access-improve-economic-resilience-during-covid-19?utm_source=weekly&utm_medium=email&utm_campaign=alerts.

Los funcionarios en Sri Lanka comprueban los datos financieros respetando las medidas de seguridad tomadas en respuesta a la COVID-19.



La creciente adopción de tecnologías digitales ha dado lugar a reducciones sin precedentes del costo de la participación en el comercio internacional, cambiando tanto lo que es objeto de comercio como la forma de comerciar, contribuyendo así a una mayor competitividad (López González y Sorescu, 2021). Esto ha creado nuevas oportunidades comerciales para los particulares y las empresas de todos los tamaños, en países de cualquier nivel de desarrollo, sobre todo en el contexto de la lucha contra algunas de las consecuencias de la pandemia de COVID-19 y la ayuda a la recuperación económica.

El ejercicio de vigilancia y evaluación revela que los colectivos interesados en la Ayuda para el Comercio priorizan las cuestiones digitales en las estrategias de desarrollo y el número de estrategias digitales y de comercio electrónico está creciendo. El claro mensaje que se transmite es que la pandemia de COVID-19 ha acelerado el crecimiento del comercio electrónico en países de todos los niveles de desarrollo. En sus respuestas, los PMA citan el gobierno electrónico como uno de los principales motores de la economía digital nacional. Por ejemplo, Guinea Ecuatorial responde que la pandemia ha dado lugar al auge de la economía digital y, sin duda, no hay vuelta atrás.

Impulso de la conectividad por la COVID-19



Perú

El uso de Internet aumentó 7 puntos porcentuales entre las personas de 6 a 18 años*

* Primer trimestre de 2021, datos interanuales, Instituto Nacional de Estadística e Informática.

Colombia

El tráfico de Internet creció un 75%*

* Marzo de 2020 a abril de 2021, Comisión de Regulación de Comunicaciones (Colombia).



La infraestructura de TIC resulta esencial para poder teletrabajar durante la pandemia de COVID-19 en Madagascar.



Gobierno electrónico

Las respuestas al cuestionario ponen de manifiesto que el paso al gobierno electrónico durante la pandemia de COVID-19 ha sido un importante motor del crecimiento de las economías digitales, independientemente del nivel de desarrollo del país encuestado (véase el recuadro 1). Varios PMA señalan que el paso al gobierno electrónico es una medida adoptada en respuesta a la pandemia (véase el cuadro 1 para más detalles):

- Mali, Uganda y Zambia explican cómo la puesta en línea de los servicios de educación y los servicios públicos contribuye al crecimiento de sus economías digitales nacionales.
- Guinea Bissau, Madagascar y la República Democrática del Congo, informan de que el teletrabajo, las teleconferencias y los seminarios en línea han transformado las actividades de las administraciones públicas.

Recuadro 1

Contratación pública electrónica y pandemia de COVID-19

Los confinamientos impuestos a causa de la COVID-19 han acelerado la introducción, la expansión y el desarrollo de los sistemas de contratación pública electrónica. La contratación pública electrónica ofrece diversas ventajas, como la reducción de la carga administrativa y el ahorro de recursos tanto para las entidades contratantes como para los posibles proveedores, así como una mayor transparencia que puede, entre otras cosas, ayudar a luchar contra la corrupción.

La pandemia ha llevado a algunos Gobiernos a utilizar tecnologías digitales para aumentar la transparencia, especialmente en las esferas de la gestión de datos y los instrumentos de visualización de datos:

- Moldova ha creado una interfaz de datos abiertos que permite visualizar todas las transacciones de contratación electrónica relacionadas con la COVID-19.*
- Bangladesh, con el apoyo del Banco Mundial, está ampliando su sistema de contratación electrónica para incluir nuevas herramientas que respondan a los desafíos planteados por la COVID-19.**
- Colombia, Costa Rica, el Perú y Ucrania utilizan herramientas electrónicas para publicar los datos relativos a la contratación y supervisar los contratos firmados durante la pandemia (OCDE, 2020).
- Asimismo, algunos países africanos introdujeron nuevas medidas para publicar electrónicamente (OCDE, 2020):
 - información sobre los contratos de compra que superen un umbral específico (por ejemplo, el Chad, Eswatini y Malawi);
 - el nombre de la empresa a la que se ha adjudicado un contrato (por ejemplo, Benin, Madagascar y Malí);
 - información sobre la propiedad efectiva (por ejemplo, Guinea y Lesotho);
 - informes de gastos (por ejemplo, Mozambique, Namibia y el Senegal) (CABRI, 2020).

* Véase https://content.unops.org/publications/The-future-of-public-spending-Responses-to-covid19_ES.pdf

** Véase <https://www.worldbank.org/en/news/press-release/2021/02/06/world-bank-helps-bangladesh-expand-electronic-public-procurement>.

Los donantes de la Ayuda para el Comercio y los asociados Sur-Sur también apoyan el gobierno electrónico y la esfera atrae la atención de los donantes. El Ministerio Federal de Cooperación y Desarrollo Económicos (BMZ) de Alemania, por ejemplo, dirige una iniciativa público-privada que comprende múltiples partes interesadas destinada a digitalizar la administración pública. A través del Programa GovStack, el BMZ especifica y desarrolla los elementos constitutivos abiertos e interoperables de las TIC, como los componentes de identificación y autenticación

para las identidades digitales o los servicios de pago electrónico, a fin de promover las infraestructuras y los bienes públicos digitales.

Antes de la pandemia, en muchos países en desarrollo, en particular en los PMA, ya se había emprendido una importante labor para construir la economía digital (véase el recuadro 2). Entre los países de ingreso mediano, Mauricio y el Perú señalan cómo las entidades públicas están acelerando la digitalización de los servicios y procesos públicos, en particular para permitir el teletrabajo.

Recuadro 2

El viaje digital de Madagascar

Madagascar se propone desempeñar un papel dirigente en la esfera de los servicios de TIC, según Gil Razafintsalama, Presidente del Consejo de Administración de la Escuela Superior de Tecnologías de la Información (ESTI). A fin de alcanzar este objetivo, Madagascar ha puesto en marcha un proceso de transformación digital de alcance nacional para establecer su mecanismo de gobierno electrónico, la digitalización de los procedimientos administrativos y el suministro de Internet asequible al público.

Los servicios digitales ya emplean a unos 23.000 trabajadores formales y 85.000 trabajadores informales en sectores como la creación, redacción y traducción de páginas web y el diseño gráfico, entre otros. El volumen de negocio del sector asciende a casi 417,5 millones de dólares EE.UU., repartidos entre los operadores telefónicos (76%), la subcontratación de webs (17%) y las empresas de servicios digitales (6%).

Madagascar se ha conectado a varios cables submarinos de fibra óptica a través de una serie de asociaciones público-privadas. Entre estos consorcios de infraestructura figuran el Banco Africano de Desarrollo, la Asociación África-UE, el Banco Mundial e interlocutores comerciales como France Telecom y Orange Madagascar, entre otros.*

La pandemia de COVID-19 impulsó aún más la adopción de la economía digital, siendo el gobierno electrónico y las redes sociales los principales motores del crecimiento. Sin embargo, persisten varias limitaciones que impiden hacer realidad el potencial de la economía digital del país, con inclusión del acceso a la energía, las competencias en materia de TIC, los marcos legislativos y la lenta adopción de los pagos electrónicos. Madagascar necesita formar a al menos 1.000 ingenieros de TIC cada año para sostener y estimular un mayor crecimiento. Aumentar la financiación de la Ayuda para el Comercio en estas esferas es una prioridad, dijo el Sr. Razafintsalama.

Las fuertes tormentas que asolaron Madagascar en 2022 nos recuerdan que el crecimiento del sector digital ofrece oportunidades tanto de alerta anticipada como de resiliencia económica. El aumento de la Ayuda para el Comercio contribuirá a lograr este objetivo.

* Véase <https://lion-submarinesystem.com> y <https://www.eassy.org>.

Comercio electrónico

Las respuestas al cuestionario pusieron de relieve que el comercio electrónico se aceleró durante la pandemia de COVID-19. Esta expansión del comercio electrónico se menciona en las respuestas de Bangladesh, Colombia y Filipinas. Otras economías pequeñas comunican resultados similares, por ejemplo:

- la creación de empresas de comercio electrónico;
- muchas microempresas y pequeñas y medianas empresas (mipymes) se ven obligadas a ofrecer servicios a través de las plataformas en línea;
- nuevas oportunidades para los empresarios en la esfera de los servicios de entrega y otros servicios con una dimensión digital.

Las estadísticas de la OMC subrayan cómo la transición hacia el teletrabajo y el aumento de la digitalización se reflejan también en las corrientes comerciales. Según las estimaciones de la OMC, a fecha de abril de 2022, las exportaciones mundiales acumuladas de servicios de TIC aumentaron un 30% en 2021 en comparación con los niveles anteriores a la pandemia de 2019.³

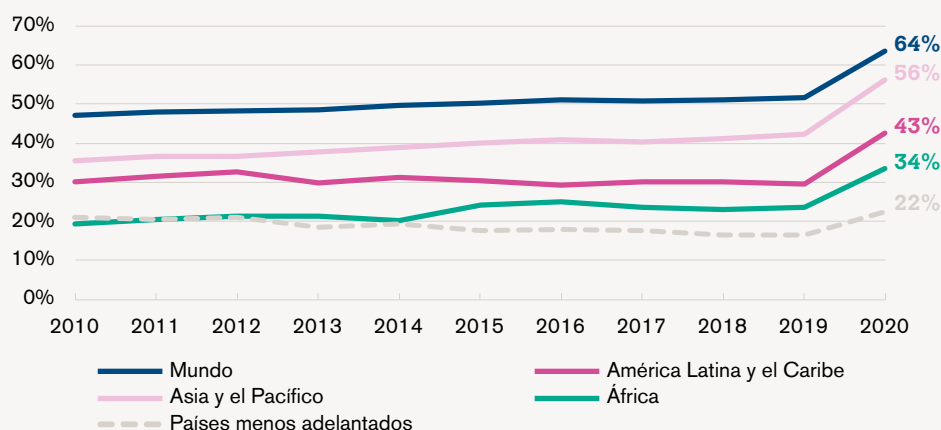
Además, las exportaciones mundiales de servicios de informática, como subsector de servicios de TIC, crecieron un 38% en 2021 en comparación con 2019. Asimismo, las exportaciones de servicios de informática registraron un rápido crecimiento en el mismo período en los siguientes países en desarrollo:

- Mauricio, 42%;
- Bangladesh, 60%;
- Indonesia, 65%;
- el Pakistán, 98%.⁴

Los datos de la UNCTAD muestran un fuerte aumento de la proporción de servicios prestados digitalmente en las exportaciones mundiales de servicios en 2020 (véase el gráfico 1), lo que indica que la pandemia de COVID-19 tuvo un efecto acelerador de la transformación digital.

“La pandemia de COVID-19 también aumentó el crecimiento de las exportaciones mundiales de productos de TIC, cuyo valor ascendía a 2,3 billones de dólares EE.UU. en 2020”.

Gráfico 1: Servicios prestados digitalmente como porcentaje de las exportaciones mundiales de servicios



Fuente: Véase <https://unctadstat.unctad.org/wds/TableViewer/tableView.aspx?ReportId=158358>.

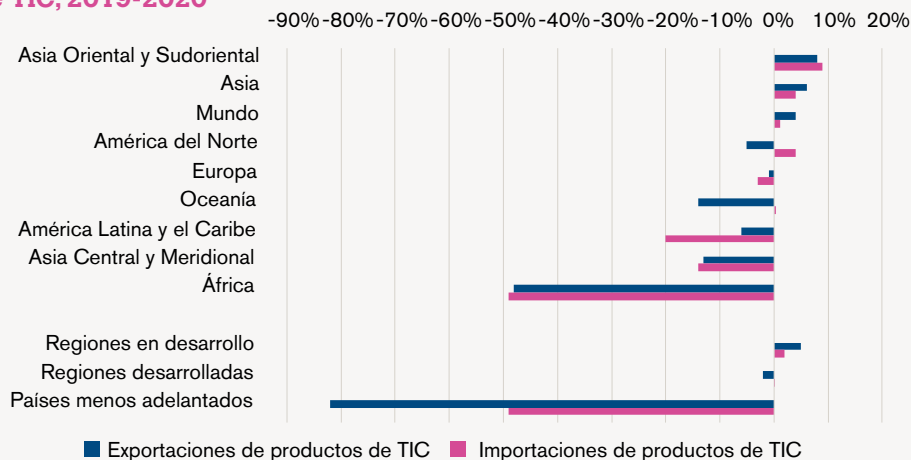
Demostración del uso de una aplicación para teléfonos móviles a los agricultores de Nepal.



La pandemia de COVID-19 también aumentó el crecimiento de las exportaciones mundiales de productos de TIC, cuyo valor ascendía a 2,3 billones de dólares EE.UU. en 2020 (UNCTAD, 2021). Los datos de la UNCTAD indican que este crecimiento se centró estrictamente en los proveedores asiáticos establecidos y que otras regiones —en particular África— y los PMA experimentaron una fuerte disminución del comercio de TIC (véase el gráfico 2).

Sin embargo, los problemas de medición de datos siguen entorpeciendo la investigación y la formulación de políticas sobre el comercio electrónico. En respuesta, la UNCTAD trabaja en proyectos piloto con varias partes interesadas en la Ayuda para el Comercio a fin de mejorar la recopilación de datos sobre los servicios prestados digitalmente (UNCTAD, 2018).

Gráfico 2: Variación de las exportaciones e importaciones de productos de TIC, 2019-2020



Fuente: UNCTAD (2021).

Estudio de caso práctico

Banco Mundial: digitalización y nuevas oportunidades comerciales

En su respuesta al cuestionario, el Banco Mundial informa de que la digitalización crea nuevas oportunidades comerciales brindando acceso a mercados remotos y extranjeros a empresas de todos los tamaños de cualquier lugar, reduciendo los costos comerciales y ampliando la variedad de bienes y servicios que pueden ser objeto de comercio. Las nuevas tecnologías tienen un efecto transformador en el comercio internacional al fomentar el comercio electrónico.

Aunque el comercio electrónico está actualmente dominado por los países de ingreso alto, los países en desarrollo participan cada vez más en el comercio electrónico como exportadores de servicios digitales de alto valor. Sin embargo, la creación de un entorno propicio para el comercio electrónico sigue siendo una empresa compleja.

Los fundamentos de la economía digital consisten en una infraestructura de telecomunicaciones moderna, en un entorno empresarial favorable y en una población instruida. Además, el comercio electrónico requiere unas condiciones propicias específicas basadas en esos fundamentos:

- para participar en el comercio electrónico las empresas necesitan competencias digitales específicas y espíritu empresarial;
- las transacciones transfronterizas precisan sistemas de pago electrónico eficaces;
- un marco reglamentario sólido puede fortalecer la confianza en los mercados digitales y proporcionar instrumentos para las transacciones a distancia, con inclusión de la gobernanza de los datos transfronterizos, la reglamentación de las plataformas, la protección de los consumidores en línea y las firmas digitales;
- los bienes vendidos a través de las fronteras en el marco del comercio electrónico necesitan medidas eficientes de facilitación del comercio y una logística adecuada para realizar las entregas del comercio electrónico.

El comercio electrónico se beneficiaría de unas normas internacionales sustanciales y claras. Los acuerdos comerciales han estado a la vanguardia de la gobernanza digital mundial, constituyendo las primeras normas internacionales vinculantes sobre los flujos de datos transfronterizos. Las normas sobre el comercio electrónico están aumentando en alcance y en profundidad, así como en importancia en las negociaciones comerciales, a nivel mundial, regional y bilateral.

Los comerciantes trabajan en el parqué de la Bolsa de Ghana en Accra.



Cuadro 1: Crecimiento de la economía digital durante la pandemia de COVID-19

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
África	
Comoras	La pandemia contribuyó a la aparición de empresas de comercio electrónico
Guinea Ecuatorial	El Gobierno es consciente de que la pandemia dio lugar al auge de la economía digital y no hay vuelta atrás
Mali	Las videoconferencias sustituyeron a las reuniones presenciales El comercio en línea aumentó Los exportadores empezaron a interesarse más en las ventas en línea Las administraciones lograron economías de escala gracias al teletrabajo
Uganda	La mayoría de las reuniones del Gobierno se celebran en línea Los servicios públicos se suministran en línea (por ejemplo, las solicitudes de pasaporte y de tarjeta nacional de identidad)
Zambia	Mayor utilización de los medios electrónicos de suministro; desde hace poco, los servicios de enseñanza y los servicios públicos se prestan por medios electrónicos
América Latina y el Caribe	
Colombia	Se constata la ampliación de los sectores del comercio electrónico
Granada	Muchas mipymes obligadas a ofrecer servicios a través de las plataformas en línea
Perú	La pandemia aceleró la tecnología digital y el uso de Internet En el primer trimestre de 2021, el porcentaje de personas de 6 a 18 años con acceso a Internet aumentó 7 puntos porcentuales en comparación con 2020 Las entidades públicas aceleraron la digitalización de los servicios y procesos públicos
Santa Lucía	Los efectos de la pandemia crearon oportunidades para los empresarios en la esfera de los servicios de entrega y otros servicios con una dimensión digital
Donantes	
Alemania	La pandemia demostró la importancia fundamental de la transformación digital para el desarrollo económico La digitalización ofrece una clave para una actividad económica orientada al futuro a fin de contrarrestar el desempleo (en particular, el juvenil) y mejorar la calidad del trabajo
Banco Interamericano de Desarrollo	La pandemia aceleró la digitalización, pero también puso de relieve, y en ocasiones incluso agravó, los problemas estructurales de América Latina y el Caribe (desempleo, pobreza, desigualdad, corrupción) en el contexto de un escaso margen fiscal
Canadá	Desde la perspectiva de su participación en la UIT, la pandemia ha puesto de relieve los enormes desafíos resultantes de la desigualdad en el acceso digital y en el uso de las TIC en los países en desarrollo y los PMA
Unión Económica y Monetaria del África Occidental	La apertura a los servicios digitales puede mejorar las oportunidades comerciales y facilitar las operaciones de pago

Deficiencias de la conectividad digital

El ejercicio de vigilancia y evaluación revela las deficiencias de la conectividad digital que ha puesto de manifiesto la pandemia de COVID-19 (véase el gráfico 3). Entre los cinco problemas más importantes identificados por los encuestados, las deficiencias de la cobertura de Internet y de la infraestructura de red encabezan la lista tanto para los países en desarrollo como para los donantes. También destacan claramente los problemas relacionados con las competencias digitales, el acceso a los servicios y los pagos digitales. Es importante señalar que la lista no constituye una clasificación por orden de prioridad, sino que se refiere a las deficiencias más frecuentemente citadas por los encuestados. Otras deficiencias que las partes interesadas en la Ayuda para el Comercio indicaron en el cuestionario incluían las siguientes (para más información, véase el cuadro 2):

- la infraestructura básica sigue siendo una limitación vinculante para algunos PMA;
- necesidad de seguir invirtiendo a fin de mejorar la infraestructura de TIC en los países en desarrollo;

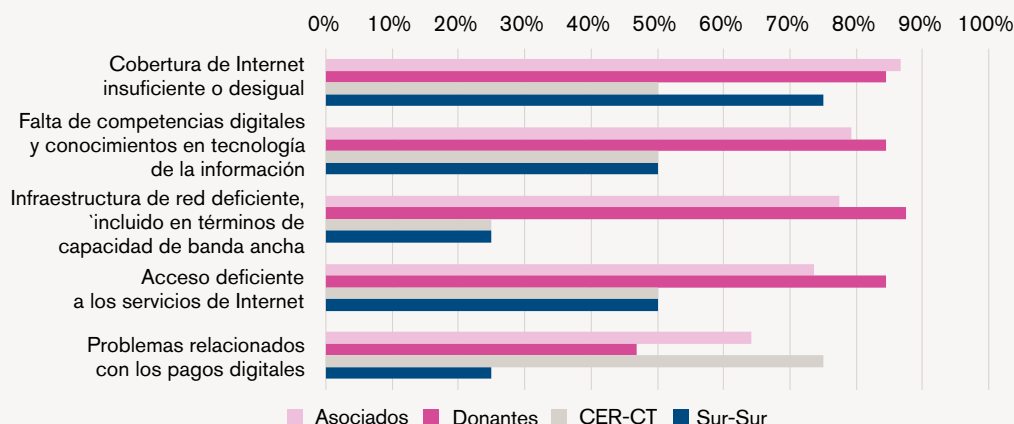
- necesidad de mejorar la calidad y el alcance de los marcos reglamentarios para el comercio electrónico;
- escasez de competencias en materia de TIC.

La brecha digital

A pesar de que la COVID-19 impulsó la conectividad, la brecha digital sigue siendo amplia. Las respuestas al cuestionario de muchos PMA subrayan la necesidad de seguir realizando inversiones importantes tanto en la conectividad básica como en el desarrollo de infraestructuras y servicios digitales de calidad (véase el recuadro 3).

La brecha digital también existe dentro de los países entre zonas urbanas y rurales, entre grandes empresas y mipymes, y entre hombres y mujeres (véase el recuadro 4). La ausencia de complicaciones en la digitalización y en el despliegue de tecnologías depende de infraestructuras fundamentales como la cobertura de red, pero también de aumentar el número de personas conectadas y hacer que las nuevas tecnologías sean más asequibles.

Gráfico 3: Cuestiones más frecuentemente citadas para las que la pandemia de COVID-19 ha puesto de manifiesto las deficiencias de la conectividad digital



Fuente: Secretaría de la OMC.

Recuadro 3

La brecha de cobertura

La brecha de cobertura —las personas que viven en zonas sin cobertura de banda ancha móvil— es de 450 millones de personas, es decir, el 6% de la población mundial. En África Subsahariana vive el 47% de la población mundial sin cobertura —unos 210 millones de personas en 2020—. La brecha de cobertura de la región triplica con creces el promedio mundial.

Fuente : Texto adaptado de GSMA (2021a).

Un obstáculo a la digitalización es la falta de competencias digitales (Banco Mundial, 2021c):

“También se plantea el reto de conectar a más personas, especialmente en países donde existe una brecha entre el número de personas que tienen acceso a las redes y las que están en línea. Esta brecha depende de la asequibilidad, la existencia de contenido nacional y las competencias digitales”.

En consecuencia, hay 2.900 millones de personas en todo el mundo —especialmente mujeres y niñas— que se están privando de los beneficios de la transformación digital (OCDE, 2021b).

Recuadro 4

Pagos digitales e inclusión financiera

Los programas de pago digital fueron fundamentales para proporcionar alivio y pagar los salarios durante la pandemia. En un estudio del Banco Mundial se llega a la conclusión de que los sistemas de pago digital se utilizaron en muchas ocasiones para desembolsar rápidamente y de forma segura las prestaciones de protección social (Gentilini *et al.*, 2020).

Desde la pandemia, el 60% de las autoridades financieras de todo el mundo ha observado un aumento de las transacciones digitales. Los pagos digitales permiten la inclusión de género. El pago digitalizado de los salarios del sector público y de las prestaciones de protección social ha llevado a millones de mujeres que no tenían una cuenta bancaria a abrir una en los últimos años.

Aunque los servicios financieros digitales ofrecen una puerta de acceso a la inclusión financiera, las mujeres siguen tropezando con obstáculos para acceder a ellos y utilizarlos. La OCDE recomienda priorizar la inclusión financiera digital de las mujeres para lograr economías más sólidas y más resistentes. Los proveedores de cooperación para el desarrollo deberían compartir las buenas prácticas y las lecciones aprendidas sobre los pagos digitales responsables con el fin de reforzar la protección de los datos y crear ecosistemas digitales inclusivos para llegar al elevado número de hogares insuficientemente atendidos en los países de ingreso mediano bajo.

Fuente: Texto adaptado del capítulo 28 de OCDE (2021b).

Estudio de caso práctico

BERD: competencias y brecha digital en Asia Central, Europa Central y Oriental y el Mediterráneo Meridional y Oriental

La falta de competencias digitales está frenando la digitalización en muchas economías del BERD. El rendimiento de la inversión en capital de gran intensidad digital es notablemente más alto en las economías que poseen competencias sólidas. Aunque los países con un nivel medio de digitalización han alcanzado a las economías avanzadas, los países con los niveles más bajos quedan rezagados.

Las personas más acomodadas y los ciudadanos han podido encargar productos y servicios en línea e incluso teletrabajar. Sin embargo, muchos siguen excluidos de esas ventajas de la digitalización. Del mismo modo, aunque algunas empresas han aprovechado las nuevas oportunidades que ofrece la digitalización, otras también han quedado atrás. Las personas con un nivel medio de educación e ingresos y las personas de mediana edad han ido alcanzando a los grupos que poseen una mayor cultura digital. Sin embargo, las personas de 55 años o más, las que solo poseen estudios de enseñanza secundaria básica y las que se encuentran en el cuartil inferior de la escala de ingresos solo han obtenido beneficios limitados. Estos grupos corren el riesgo de quedarse aún más rezagados.

Muchas economías de las regiones del BERD también están experimentando una importante “fuga de cerebros” y personas con sólidas competencias digitales emigran al extranjero. Los bajos niveles de competencias digitales resultantes ya están frenando el uso de tecnologías digitales, incluso en los casos en que se dispone de la infraestructura y los servicios digitales pertinentes. La brecha digital también puede contribuir a una mayor divergencia en los resultados de las empresas, ya que las empresas más grandes, mejor administradas y más innovadoras tienen más probabilidades de beneficiarse de la digitalización. También es más probable que esas empresas hayan aumentado su uso de tecnologías digitales durante la pandemia de COVID-19, lo que parece indicar que las brechas digitales entre las empresas pueden ampliarse en el futuro. Esa mayor dispersión de la productividad de las empresas podría, a su vez, influir en la productividad media de la economía.

Fuente: Texto adaptado del capítulo 1 de BERD (2021).



Un fabricante de muebles se beneficia de la financiación del BERD para la digitalización en la República de Moldova.

Cuadro 2: Deficiencias relativas a la conectividad digital

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
África	
Madagascar	La brecha digital existe en términos de: ▪ infraestructura ▪ acceso a Internet de banda ancha ▪ seguridad digital de los pagos electrónicos
Mali	Ausencia de un servicio de certificación y firma electrónicas operativo (lo cual dificulta el desarrollo de los intercambios y el comercio electrónico) Infraestructura de conexión de banda ancha deficiente Escasa cobertura e infraestructuras insuficientes de acceso a las conexiones Mecanismos legislativos y reglamentarios insuficientes en términos de conectividad e intercambios electrónicos Falta de recursos humanos
América Latina y el Caribe	
Perú	Cobertura de Internet insuficiente: en 2021, solo el 52,5% de todos los hogares tenía acceso a Internet y únicamente el 20% de los hogares de zonas rurales A fin de promover la conectividad digital a nivel nacional, el Gobierno ha trabajado en coordinación con el sector público y privado y con el mundo académico para determinar una estrategia conjunta
Santa Lucía	Problemas relacionados con los pagos digitales: el 80% de las empresas son mipymes y la mayoría de ellas no tiene una presencia en línea aparte de las redes sociales y es incapaz de realizar transacciones comerciales digitalmente Capacidad de banda ancha insuficiente: quedó patente en las primeras fases de la pandemia, pero ha sido abordada adecuadamente por los proveedores de servicios y se están realizando esfuerzos adicionales al respecto Cobertura de Internet desigual: falta o insuficiencia de acceso para comunidades y hogares pobres y vulnerables Escasas competencias digitales: período de aprendizaje para los estudiantes, profesores y otros profesionales que tienen que familiarizarse con la utilización de diversas plataformas en línea; por su parte, las mipymes necesitan recibir formación sobre la presencia y las transacciones en línea Normas relativas al comercio electrónico: aceleración del proyecto DigiGov y aumento de la capacidad del Gobierno para prestar servicios y realizar transacciones comerciales en línea, y mayor impulso a la elaboración y ratificación de la legislación y las políticas relativas a la conectividad y el comercio electrónico
Donantes	
Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo	La pandemia de COVID-19 ha demostrado algunas limitaciones importantes de los entornos de conectividad digital actuales: ▪ las personas menos conectadas han podido aprovechar menos el potencial de las TIC ▪ la mayor demanda de conectividad ha ejercido una mayor presión en las redes y servicios de comunicaciones ▪ el incremento de la demanda hace que sean más imperiosas las medidas destinadas a aumentar el ancho de banda y ampliar la conectividad a las comunidades desatendidas
Noruega	Redes de seguridad social e infraestructuras públicas digitales en las que se pueden basar otros proveedores de servicios para mejorar la prestación de servicios, como los sistemas de identificación digital, el registro civil y las estadísticas vitales

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
Donantes	
Corporación Islámica Internacional para la Financiación del Comercio	Infraestructura y servicios de TIC: ▪ para el comercio electrónico es primordial contar con infraestructuras de TIC asequibles y fiables ▪ debe procurarse la cobertura universal de la banda ancha de alta velocidad, la modernización periódica de las infraestructuras y la reducción de los obstáculos reglamentarios artificiales Logística comercial y facilitación del comercio: ▪ un entorno comercial nacional e internacional eficaz y competitivo es esencial para lograr un comercio electrónico eficaz ▪ una logística comercial eficiente y las medidas de facilitación del comercio transfronterizo son fundamentales para el desarrollo del comercio electrónico de mercancías

Asequibilidad

La asequibilidad de los dispositivos electrónicos y su conexión a Internet está frenando la demanda de conectividad digital en muchos países en los que existe una cobertura digital (véase el recuadro 5). En el continente africano, por ejemplo, la asequibilidad de los dispositivos, los elevados costos de los datos y el alcance de la cobertura de red siguen siendo los principales retos.

Un informe de la Asociación GSM estima que a nivel mundial, 3.400 millones de personas no utilizan servicios móviles de Internet, a pesar de que viven en zonas con cobertura de banda ancha móvil (GSMA, 2021a). Esta discrepancia —definida como la brecha de utilización— es siete veces mayor que la brecha de cobertura y representa el 43% de la población mundial.

Más de 1.000 millones de personas viven en países donde 1 GB de datos es simplemente demasiado caro; y casi 2.500 millones de personas viven en países donde los costos de los teléfonos inteligentes más asequibles representan más de una cuarta parte del ingreso mensual medio (OCDE, 2021b; Alliance for Affordable Internet y World Wide Web Foundation, 2020).

Recuadro 5

Objetivo de asequibilidad

El objetivo de asequibilidad fijado por la Comisión de la Banda Ancha para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas —reducir el costo de los servicios básicos de banda ancha a menos del 2% del INB mensual per cápita para 2025— sigue siendo difícil de alcanzar.

Los precios se mantuvieron muy por encima del objetivo del 2% en la mayoría de los PMA. De las 18 economías en las que el acceso a Internet de banda ancha móvil costaba más del 10% del INB per cápita, 16 eran PMA.

Fuente: Texto adaptado de UIT (2022).



En Uganda existe una aplicación móvil sobre la energía solar.

Las dificultades identificadas por los países en desarrollo y asociados en el marco del ejercicio de vigilancia y evaluación de la Ayuda para el Comercio ponen de manifiesto que las ventajas de la digitalización para el comercio, y del comercio para la digitalización, requieren medidas en varias esferas de política diferentes para que estas ventajas se puedan aprovechar en la práctica. Para ello es necesario adoptar medidas en una amplia gama de esferas — desde la creación de competencias digitales y la lucha contra las brechas digitales hasta la mejora del acceso a los bienes y servicios de TIC y la asequibilidad y fiabilidad de las conexiones a Internet—.

Estrategias de desarrollo de la conectividad digital y el comercio electrónico

La Ayuda para el Comercio en síntesis (OCDE/ OMC, 2017) constató una “brecha en las políticas de comercio digital”, observándose que, al parecer, muchos encuestados no tenían conocimiento de las estrategias nacionales de desarrollo de la conectividad digital o del comercio electrónico. De los 63 encuestados que respondieron al cuestionario del ejercicio de vigilancia y evaluación, 33 declararon que su Gobierno no contaba con una estrategia de comercio electrónico ni con ninguna otra estrategia digital.

Sin embargo, según otros análisis, es posible que los encuestados simplemente no conocieran esas estrategias. Solo 10 encuestados mencionaron la presencia de los Ministerios de Comercio en los mecanismos nacionales de coordinación de las TIC. Otros encuestados indicaron que esos mecanismos no existían.

Cinco años después, esta brecha en las políticas de comercio parece haberse reducido. Las respuestas al cuestionario muestran lo siguiente:

- El 80% de los encuestados de los países en desarrollo destacó que la conectividad

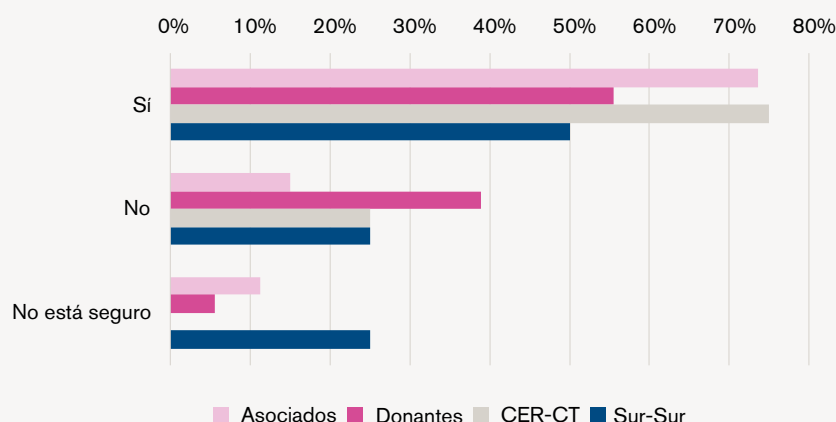
digital figura como prioridad en sus estrategias de desarrollo.

- El 74% de los países en desarrollo indicó en sus respuestas que existía una estrategia para la conectividad digital (es decir, economía digital, comercio electrónico).

Los resultados del cuestionario indican que la conectividad digital y el comercio electrónico se programan ahora de manera más sistemática en las estrategias de desarrollo nacional (véanse los recuadros 6 y 7), y los encuestados del ejercicio de vigilancia y evaluación están cada vez más concienciados (véase el gráfico 4). Entre las respuestas al cuestionario se incluyen las siguientes medidas (véase más información en el cuadro 3):

- la adopción de nuevas estrategias digitales y ministerios;
- la elaboración de estrategias regionales;
- la creación de documentos de estrategia que abordan desde la conectividad digital básica hasta esferas de políticas más específicas, como las políticas nacionales de inteligencia artificial y cadenas de bloques.

Gráfico 4: Existencia de estrategias de desarrollo de conectividad digital y comercio electrónico



Fuente: Secretaría de la OMC.

Recuadro 6

Aprovechar las posibilidades de las nuevas tecnologías: la experiencia de Noruega

Noruega era consciente de que su cooperación para el desarrollo no aprovechaba plenamente las posibilidades de las nuevas tecnologías debido al carácter fragmentado y no coordinado de su enfoque de la digitalización. Para obtener resultados sostenibles a largo plazo, Noruega se propone establecer una estrategia para la transformación digital en su política de desarrollo.

Tras celebrar consultas con agentes de los sectores privado y público y de los círculos académicos, se elaboró un conjunto de 11 directrices dirigidas a la propia administración de Noruega, que se incluyeron en la Estrategia digital para la política de desarrollo.* Estas directrices se concibieron para ayudar a integrar las mejores prácticas establecidas en todos los programas.

Noruega y la Norad (Agencia Noruega de Cooperación para el Desarrollo) también participan en la iniciativa de múltiples partes interesadas Digital Public Goods Alliance, que tiene por objeto acelerar la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en los países de ingresos bajos y medianos facilitando la inversión en bienes públicos digitales, así como su descubrimiento, desarrollo y utilización.

Fuente: Texto adaptado del Capítulo 37 de la OCDE (2021b).

* Véase https://www.regjeringen.no/globalassets/departementene/ud/dokumenter/utvpolitikk/digital_strategynew.pdf.

Recuadro 7

El panorama de la política digital de Colombia

Colombia señala que su estrategia de desarrollo, el Pacto por Colombia, pacto por la equidad, se centra en varias cuestiones, que incluyen un llamamiento a la “Transformación Digital de Colombia: Gobierno, empresas, universidades y hogares conectados con la Era del Conocimiento”. La estrategia incluye un enfoque común de la transformación digital a todos los niveles del Gobierno y tiene por objeto la inclusión digital y de banda ancha de todos los colombianos.*

Para promover la conectividad digital, Colombia puso en marcha los Planes Vive Digital I y II, el Proyecto Nacional de Fibra Óptica y el Proyecto Nacional de Conectividad de Alta Velocidad. Su estrategia de TIC es ampliar el acceso a las TIC y mejorar la calidad de los servicios de TIC. Uno de esos planes es promover la asequibilidad de los servicios fijos de Internet para los hogares de ingresos bajos mediante incentivos a la demanda para desarrollar los hábitos y las competencias en materia de TIC.

La estrategia nacional sobre el desarrollo digital y la sociedad se ha enunciado con claridad, y las políticas incluyen temas como:

- la transformación digital y la inteligencia artificial**
- las tecnologías para aprender***
- la confianza y la seguridad digital+
- el comercio electrónico**

Las medidas adoptadas para abordar la pandemia de COVID-19 han promovido la utilización de herramientas digitales para las actividades laborales, sociales y educativas con el fin de evitar la propagación del virus. Se ha declarado que el suministro de Internet es un servicio público, universal y esencial.



Una escuela rural en La Ceja (Colombia).

* Véase <https://www.minvivienda.gov.co/ministerio/planeacion-gestion-y-control/planeacion-y-seguimiento/plan-nacional-de-desarrollo-2018-2022>.

** Véase <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3975.pdf>.

*** Véase <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3988.pdf>.

+ Véase <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/3995.pdf>.

** Véase <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4012.pdf>.

En primer plano: la labor de la OMC en materia de comercio electrónico

En respuesta a la creciente importancia del comercio electrónico, los Ministros adoptaron la Declaración sobre el Comercio Electrónico Mundial* en la Segunda Conferencia Ministerial, celebrada en mayo de 1998. En la Declaración se pedía:

- el establecimiento de un Programa de Trabajo
- el establecimiento de una moratoria provisional sobre la imposición de derechos de aduana a las transmisiones electrónicas.

En septiembre de 1998, el Consejo General adoptó el Programa de Trabajo sobre el Comercio Electrónico** para examinar todas las cuestiones relacionadas con el comercio electrónico mundial que afectan al comercio, que dice lo siguiente:

“Exclusivamente a los efectos del Programa de Trabajo, y sin perjuicio de sus resultados, se entendía por la expresión ‘comercio electrónico’ la producción, distribución, comercialización, venta o entrega de bienes y servicios por medios electrónicos.”***

En el Programa de Trabajo se encomendó a los siguientes cuatro órganos de la OMC que estudiaran la relación entre los Acuerdos de la OMC existentes y el comercio electrónico:

- el Consejo del Comercio de Servicios;
- el Consejo del Comercio de Mercancías;
- el Consejo de los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC);
- el Comité de Comercio y Desarrollo.

Iniciativa relacionada con la Declaración Conjunta sobre el Comercio Electrónico de la OMC

En la Undécima Conferencia Ministerial, celebrada en diciembre de 2017, un grupo de 71 Miembros de la OMC acordó iniciar trabajos exploratorios con miras a futuras negociaciones en la OMC sobre los aspectos del comercio electrónico relacionados con el comercio. En enero de 2019, 76 Miembros de la OMC confirmaron en una Declaración Conjunta su intención de entablar esas negociaciones. Acordaron que “[p]rocurar[ían] alcanzar un resultado de alto nivel que se bas[ara] en los Acuerdos y marcos de la OMC existentes, con la participación del mayor número posible de Miembros de la OMC”.+

Desde enero de 2021, 86 Miembros de la OMC, que representan el 90% del comercio mundial, participan en estos debates.

* *Declaración sobre el Comercio Electrónico Mundial*, documento de la OMC WT/MIN(98)/DEC/2, de 25 de mayo de 1998.

** Véase https://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s/ecom_work_programme_s.htm.

*** *Programa de Trabajo sobre el Comercio Electrónico*, documento JOB/GC/73 de la OMC, de 6 de febrero de 2015.

+ Véase más información en https://www.wto.org/spanish/tratop_s/ecom_s/xcom_s/joint_statement_s.htm.

Cuadro 3: Estrategias de desarrollo de conectividad digital y comercio electrónico

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
África	
Benin	La conectividad digital figura como prioridad en los diversos programas de acción gubernamentales, en concreto, la aceleración de grandes inversiones para el desarrollo de infraestructuras y servicios de calidad
Burkina Faso	Se están desarrollando las estrategias nacionales de comercio electrónico
Comoras	La estrategia digital se centra en: ▪ el fortalecimiento del marco jurídico e institucional ▪ la promoción de la utilización y la difusión de las TIC ▪ la mancomunidad de infraestructuras y la capitalización de las inversiones ▪ la diversificación del sector más allá de las comunicaciones La ambición de llegar a ser una "sociedad de la información, actor de la revolución digital" de aquí a 2030
Etiopía	La estrategia está en vigor pero aún no se ha aplicado
Madagascar	El sector del comercio electrónico empieza a estar estructurado, y se dispone ya de la mayoría de las leyes de protección a los usuarios Todavía hay que promulgar algunas leyes: ▪ la acreditación de los centros de certificación para las firmas electrónicas ▪ el establecimiento de la Comisión Malgache de Informática y Libertades (CMIL) para la protección de los datos personales ▪ el establecimiento de los Equipos de Respuesta a Incidentes Informáticos para la seguridad digital
Mali	Se ha establecido la Política Nacional de Desarrollo de la Economía Digital
Mauricio	El Gobierno tiene que seguir invirtiendo para digitalizar los servicios públicos y: ▪ crear un "Mauricio electrónico" ▪ introducir una legislación pertinente para consolidar la ciberseguridad ▪ fomentar las transacciones en línea y sin efectivo ▪ promover una cultura de datos abiertos ▪ mejorar el acceso al Internet de alta velocidad
Senegal	Se están desarrollando las estrategias nacionales de comercio electrónico
Zambia	Se están desarrollando las estrategias nacionales de comercio electrónico, por ejemplo, mediante la creación del Ministerio de Ciencia y Tecnología con miras a promover una economía digital sostenible
Asia y el Pacífico	
Bangladesh, Camboya, Nepal	Proyectos de documentos de estrategia para la conectividad digital y el comercio electrónico
Filipinas	Estrategias en el contexto más amplio del Gobierno Electrónico
Sri Lanka	Tiene en marcha la elaboración de una estrategia nacional de transformación digital
Europa	
República de Moldova	Creación de estrategias digitales nacionales
América Latina y el Caribe	
El Salvador	La labor en materia de políticas se centra en cuestiones específicas, como las firmas electrónicas y la digitalización de los procedimientos
México, Perú	Creación de estrategias digitales nacionales

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
San Vicente y las Granadinas	Tiene en marcha la elaboración de una estrategia nacional de transformación digital
Santa Lucía	La conectividad digital es una esfera fundamental para el desarrollo, ya sea como sector autónomo, ya sea como factor determinante para otros sectores esenciales
Donantes	
Australia	La conectividad digital figura en distintos grados y en función de las circunstancias y las necesidades de los asociados en los Planes de Desarrollo en Respuesta a la COVID-19 regionales y bilaterales
Canadá	Sus esfuerzos desplegados para promover la conectividad en todo el mundo incluyen la pertenencia y las contribuciones a la UIT (\$Can 4.8 millones anualmente) La mejora de la conectividad y del acceso a las TIC es esencial para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible
Federación de Rusia	La conectividad digital está cubierta por las áreas prioritarias establecidas en el Concepto sobre Ayuda Internacional al Desarrollo
Japón	La innovación científica y tecnológica es una de las cuestiones prioritarias en las Directrices para la Aplicación de los ODS y es una cuestión prioritaria en el Plan de Acción para los ODS 2021
Secretaría del Foro de las Islas del Pacífico	Desarrollar una estrategia regional y subregional de comercio electrónico
TradeMark East Africa	Centrados en la digitalización de los procedimientos comerciales, así como en la promoción del comercio electrónico, muchos de sus programas guardan relación con la automatización de los organismos comerciales (sistemas aduaneros, normas, seguimiento de la carga, ventanillas únicas, portales de información en línea)
Unión Europea	A través de la Pasarela Mundial (Comisión Europea, 2019b), la Unión Europea se propone movilizar inversiones para el desarrollo de las infraestructuras de hasta €300.000 millones entre 2021 y 2027 Ofrecerá paquetes de economía digital que combinan inversiones en infraestructuras con asistencia a nivel nacional para garantizar la protección de los datos personales, la ciberseguridad y el derecho a la privacidad, una inteligencia artificial fiable y unos mercados digitales justos y abiertos

Entre los donantes que respondieron a la encuesta, cobra forma un panorama igual de diverso. Donantes como el BAsD, la Unión Europea, Alemania, los Países Bajos, Noruega (véase el recuadro 6), la UNCTAD, los Estados Unidos y el Banco Mundial tienen estrategias concretas para promover la conectividad digital.

Otros donantes, como Australia, el Canadá, el BERD, el Japón, la República de Corea, la Federación de Rusia, Eslovenia, Suecia, el Taipei Chino y el Reino Unido, tratan de incorporar la conectividad digital a sus estrategias de cooperación para el desarrollo.



Utilizando un dispositivo móvil para observar las pautas de la pérdida de cubierta forestal, San Cipriano (Colombia).

Estudio de caso práctico

OCDE: medición de la financiación oficial del desarrollo para la digitalización

La financiación del desarrollo destinada a las actividades digitales se triplicó entre 2015 y 2019, invirtiendo los proveedores un total de 18.600 millones de dólares EE.UU. y movilizándose otros 4.200 millones de dólares EE.UU. en la financiación privada, según estimaciones basadas en el Sistema de notificación por parte de los países acreedores.

Es difícil realizar un seguimiento preciso de la financiación para la digitalización. No existe una definición general normalizada. La financiación puede adoptar muchas formas y apoyar diversas actividades, por ejemplo:

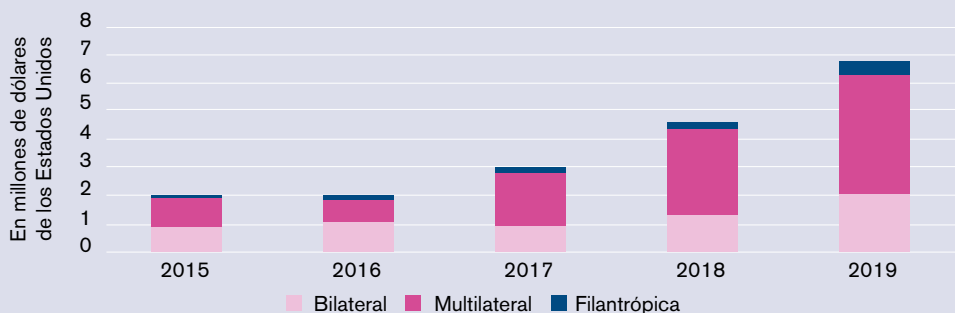
- la introducción de una infraestructura digital, como redes, instalaciones informáticas y herramientas de comunicación;
- el desarrollo (es decir, mediante formación y educación) de un amplio conjunto de competencias y aptitudes técnicas necesarias para aprovechar las tecnologías digitales;
- la aplicación de cambios organizativos que aprovechen las nuevas tecnologías y permitan llevar a cabo las nuevas actividades en las que se basan.

Aparte de las inversiones en infraestructura digital física, casi todo el apoyo a la digitalización y la transformación digital es intersectorial. En 2020, la Unión Europea elaboró un marcador para hacer un seguimiento de las inversiones en digitalización.

La financiación procedente de las instituciones financieras del desarrollo bilaterales y multilaterales y de instituciones filantrópicas privadas aumentó de 2.000 millones de dólares EE.UU. en 2015 a 6.800 millones de dólares EE.UU. en 2019. Para poner estas cifras en perspectiva, en 2019 la financiación destinada a la digitalización procedente de estas instituciones alcanzó la misma magnitud que sus compromisos con el desarrollo del sector industrial (7.000 millones de dólares EE.UU.) y con las fuentes de energía renovable (7.700 millones de dólares EE.UU.).

La financiación del desarrollo para la digitalización aportada solo por instituciones multilaterales se cuadruplicó con creces, pasando de 1.000 millones de dólares EE.UU. en 2015 a 4.200 millones de dólares EE.UU. en 2019. Las instituciones multilaterales de financiación del desarrollo representaron un 62% del total que se comprometieron a aportar los proveedores multilaterales y bilaterales y las instituciones filantrópicas privadas en 2019.

La financiación del desarrollo para la digitalización se triplicó con creces entre 2015 y 2019



Fuente: Estimaciones de la OCDE basadas en los datos disponibles en la base de datos del Sistema de notificación por parte de los países acreedores.

Instituciones filantrópicas

En 2019, el apoyo de las instituciones filantrópicas privadas a la digitalización alcanzó los 491 millones de dólares EE.UU. En términos relativos, las instituciones filantrópicas privadas destinan una proporción mayor de sus inversiones a apoyar la digitalización que las instituciones bilaterales y multilaterales. En 2018-2019, las actividades relacionadas con la digitalización representaron el 4,6% de la cartera de las instituciones filantrópicas privadas, en comparación con el 2,7% de las instituciones multilaterales y el 1% de los proveedores bilaterales. Conviene señalar que la financiación filantrópica privada se concede exclusivamente en forma de donación.

La financiación del desarrollo para la digitalización se concentra en unas pocas instituciones filantrópicas privadas. En términos absolutos, se estima que la Fundación Bill y Melinda Gates es la principal institución filantrópica que concede financiación relacionada con la digitalización, destinando a ello el 4% de las inversiones, o 556 millones de dólares EE.UU., en el período 2015-2019. La Fundación MasterCard fue el segundo principal proveedor filantrópico privado, destinando el 19% de su cartera (161,7 millones de dólares EE.UU.) a proyectos digitales durante el período. El Wellcome Trust fue el tercero, con el 10% de su cartera (más de 80 millones de dólares EE.UU.).

Instituciones bilaterales y multilaterales

La conectividad digital y la economía digital constituyen una esfera en la que las instituciones bilaterales y multilaterales también participan en asociaciones de carácter público-privado y movilizan financiación privada adicional. En 2019, las instituciones bilaterales y multilaterales atrajeron aproximadamente 700 millones de dólares EE.UU. y una gran proporción de eso benefició al sector financiero.

En los datos analizados se recogen las actividades relacionadas con la digitalización comunicadas por más de 100 instituciones bilaterales, multilaterales y filantrópicas en el período 2015-2019. De estas, el BAsD, instituciones de la UE, Francia, Alemania, el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), la República de Corea, los Estados Unidos y el Banco Mundial (a través de la Asociación Internacional de Fomento, el Banco Internacional de Reconstrucción y Fomento y la Corporación Financiera Internacional) proporcionaron el 68% del apoyo total.



Alumnas del Instituto de Tecnología de la Información Khowaja (KIIT) adquieren aptitudes informáticas, Hyderabad (Pakistán).

Estudio de caso práctico

OCDE: medición de la financiación oficial del desarrollo para la digitalización

El apoyo del BASD a la tecnología digital se centra en varios sectores: la agricultura y la inocuidad de los alimentos, la educación, la sanidad, la gestión del sector público y las telecomunicaciones. El BASD incorpora estrategias innovadoras para la aplicación de tecnologías digitales en sus políticas para los sectores esenciales. En el período 2000-2015, el BASD ofreció 402 préstamos, donaciones y proyectos de asistencia técnica relacionados con la tecnología digital por un valor de 11.900 millones de dólares EE.UU.

África fue la región que recibió la mayor parte de la financiación bilateral del desarrollo destinada a la digitalización (37,9%), y solo el África Subsahariana recibió el 27,5% del total (1.700 millones de dólares EE.UU.) en el período 2015-2019.* Asia recibió el 25,0% de la financiación bilateral del desarrollo para las actividades de digitalización, y las regiones de las Américas, Europa, Oriente Medio y Oceanía recibieron cada una alrededor del 5%.

En el caso de la financiación multilateral del desarrollo, el desglose es distinto. Las Américas recibieron la mayor proporción del total de la financiación multilateral destinada a la digitalización: el 36,6% (4,100 millones de dólares EE.UU.). Eso se debe a las inversiones del BID, que, según las estimaciones, resultó ser el principal proveedor de financiación del desarrollo relacionada con la digitalización. Según parece, los proveedores bilaterales están invirtiendo más en proyectos digitales en África y, en segundo lugar, en Asia.

Distribución regional de la financiación del desarrollo relacionada con la digitalización concedida por instituciones multilaterales bilaterales y multilaterales (2015-2019)

	Proporción de la financiación bilateral concedida a la región (%)	Proporción total bilateral (%)	Proporción de la financiación multilateral concedida a la región (%)	Proporción multilateral total (%)
África	5,5		1,0	
Norte del Sáhara	4,9	37,9	8,9	25,2
Sur del Sáhara	27,5		15,2	
América	0,3		0,8	
Caribe y América Central	2,0	5,5	5,8	36,6
América del Sur	3,2		30,1	
Asia	1,7		0,3	
Lejano Oriente	7,3	25,0	7,2	30,1
Asia Meridional y Central	15,9		22,6	
Europa	5,1		3,5	
Orient Medio	4,7		2,6	
Oceanía	4,8		1,8	
Países en desarrollo sin especificar	16,9		0,3	

Fuente: Texto adaptado del Capítulo 40 de la OCDE (2021b).

* Véase el recuadro 8 para más información sobre los centros de nuevas empresas en África.

La Unión Africana adoptó la Estrategia de Transformación Digital para África (2020-2030)⁵ en 2020 con el siguiente objetivo:

“Aprovechar las tecnologías y la innovación digitales para transformar las sociedades y las economías africanas con miras a promover la integración de África, generar el crecimiento económico inclusivo, estimular la creación de empleo, salvar la brecha digital y erradicar la pobreza para el desarrollo socioeconómico del continente, y a asegurarse de que África posea herramientas modernas de gestión digital.”

El Banco Africano de Desarrollo (BAfD) está apoyando este programa a través de iniciativas relacionadas con la conectividad digital, como los proyectos de la Red Troncal del África Central y la Red Troncal Transahariana de fibra óptica.

El BAfD también ha puesto en marcha programas de capacitación y formación, entre ellos

Codificación para el Empleo. El BAfD considera que el sector de las TIC puede desempeñar un papel fundamental en el esfuerzo de desarrollar el potencial de la Zona de Libre Comercio Continental Africana para la industrialización.

La Unión Europea es un importante asociado para el desarrollo en la transición de África hacia la economía digital. El Puente de Innovación Digital Africano-Europeo (AEDIB) lo iniciaron los Estados miembros de la UE Bélgica, Francia y Alemania, junto con la Comisión Europea, con miras a crear oportunidades de empleo y allanar el camino para el crecimiento económico y la recuperación.⁶ El AEDIB establecerá una red panafricana de centros de innovación digital para fomentar la creación de empresas conjuntas y proporcionar conocimientos técnicos especializados y experimentación en materia de innovación a las mipymes, prestando especial atención a los jóvenes y las mujeres a través de una academia especializada.

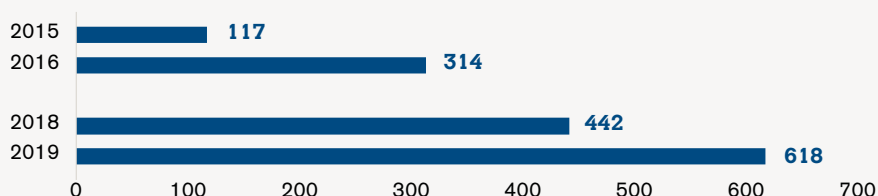
Recuadro 8

Centros de nuevas empresas en África

Una esfera en la que participan las instituciones filantrópicas privadas es el apoyo a los centros tecnológicos y al emprendimiento social en África. Los centros de nuevas empresas promueven la innovación para las nuevas empresas de alta tecnología y ayudan a las empresas a expandirse y lograr sus objetivos ofreciéndoles espacio de trabajo, electricidad, conectividad a Internet y otras formas de asistencia.

La cifra *infra* muestra el aumento sustancial del número de centros tecnológicos en África desde 2015.

Número de centros tecnológicos en África



Fuente: Texto adaptado de <https://qz.com/africa/2130846/swedens-norrskan-foundation-is-creating-the-largest-startup-hub>.

La cooperación Sur-Sur (a saber, entre los países en desarrollo) y la cooperación triangular (a saber, en colaboración con un gobierno de un país desarrollado o una organización internacional) desempeñan un papel cada vez más importante (véase más información en el cuadro 4). Entre los ejemplos se incluyen:

- La Oficina de las Naciones Unidas para la Cooperación Sur-Sur (UNOSSC) y la Asociación China del Comercio de Servicios organizaron seminarios en línea de desarrollo de la capacidad sobre el comercio electrónico transfronterizo.⁷
- Los fondos fiduciarios Sur-Sur, como el Fondo de la India, el Brasil y Sudáfrica para el alivio de la pobreza y el hambre y el Fondo de Asociación para el Desarrollo India-ONU, también son fundamentales para probar e intensificar la ampliación de las innovaciones digitales.
- A través del Programa de Asociación para Innovación Digital China-África, China se propone fortalecer las infraestructuras de África compartiendo su tecnología digital y promoviendo la interconectividad de la infraestructura digital (véase el recuadro 9).⁸

Recuadro 9

Programa de Asociación para la Innovación Digital China-África

El Programa de Asociación para la Innovación Digital China-África se anunció en el Foro de Cooperación y Desarrollo de Internet China-África celebrado el 24 de agosto de 2021. A través del programa, China trata de fortalecer la infraestructura digital de África compartiendo su tecnología digital y promoviendo la interconectividad de la infraestructura digital. Se anima a las empresas chinas a trabajar con sus homólogas africanas para construir infraestructuras digitales, en particular redes troncales de fibra óptica, conectividad transfronteriza, una red móvil de nueva generación y conexión en el último tramo.

China también convino en apoyar a África en la mejora de la digitalización de los sectores público y privado y en acelerar la industrialización de África a través de tecnologías avanzadas como la computación en la nube, la inteligencia artificial, el Internet de las cosas y los pagos móviles. La cooperación en la esfera del comercio electrónico para facilitar el acceso de productos de marcas africanas al mercado chino mediante el comercio electrónico transfronterizo es una de las esferas identificadas para la cooperación.

Se proponen medidas para poner fin al “cuello de botella en desarrollo de talento” en la innovación digital, en particular mediante una mayor cooperación entre China y África en la esfera de la educación a distancia. La inclusividad digital es otro ámbito de la cooperación en el que interviene la utilización de tecnologías digitales para aumentar el bienestar de las personas, como la gestión del tráfico, la asistencia sanitaria y las finanzas, las ciudades inteligentes, la gobernanza y las respuestas a la COVID-19. Se anima a las empresas chinas a que apoyen el Gobierno electrónico, los pagos electrónicos y las monedas digitales.

También se reconoce la necesidad de crear seguridad digital y mejorar la capacidad de gobernanza digital de África mediante iniciativas sobre el ciberespacio* y la seguridad de los datos**.

Fuente: Texto adaptado de <https://www.mfa.gov.cn/ce/ceme/mon/wjbxw/t1901752.htm>.

* Véase <https://www.fmprc.gov.cn/ce/ceka/rus/sgxx/sgdt/t1842433.htm>.

** Véase <https://www.mfa.gov.cn/ce/ceus/eng/zgyw/t1812951.htm>.

Cuadro 4: Proyectos y programas de Ayuda para el Comercio para la conectividad digital y el comercio electrónico

Donantes	Respuestas al cuestionario
Proyectos y programas bilaterales	
Alemania	La Iniciativa Make-IT apoya el establecimiento de innovación digital nacional para el desarrollo inclusivo y sostenible, con lo que permite a los agentes locales participar en la economía mundial.
Australia	Una esfera prioritaria fundamental de su estrategia de Ayuda para el Comercio del Pacífico es el comercio electrónico: - el Fondo de Ayuda para el Comercio Electrónico contribuye a crear capacidad en materia de comercio electrónico en Asia y el Pacífico, promoviendo la participación de las mipymes y las mujeres - se ha apoyado el desarrollo de la estrategia y la hoja de ruta de comercio electrónico en el Pacífico, que complementa la inversión en cables submarinos en la región
República de Corea	El Fondo de Cooperación para el Desarrollo Económico hace contribuciones en forma de préstamos en condiciones de favor, dando prioridad a los sectores verde, digital y sanitario Se introdujeron mejoras en la conectividad digital de las instituciones públicas y las viviendas en El Salvador, con 35 millones de dólares EE.UU. para la infraestructura digital resiliente y las competencias digitales
Estados Unidos	Pusieron de relieve la estrategia digital quinquenal de la USAID, que tiene por objeto: - mejorar los resultados en materia de desarrollo y asistencia humanitaria mediante el uso responsable de la tecnología digital - fortalecer la apertura, la seguridad y la inclusividad de los ecosistemas digitales nacionales
Unión Europea	Puso en marcha en diciembre de 2020 el Centro de digitalización para el desarrollo, una plataforma mundial de múltiples partes interesadas: - Varias iniciativas digitales reunidas con miras a ejercer unos efectos coordinados - Once Estados miembros de la UE firmaron una carta de intención para cooperar en la elaboración de una única estrategia europea de desarrollo digital - El Centro de digitalización para el desarrollo, para formar sucursales regionales en África, Asia, América Latina y el Caribe, así como en los Estados vecinos de la región oriental de la UE
Proyectos y programas multilaterales	
Centro de Comercio Internacional	La estrategia Transformación Digital para Siempre se propone utilizar la tecnología digital para promover el crecimiento inclusivo y ayudar a los clientes en el ámbito de la innovación digital relacionada con el comercio
Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo	Elaboró la iniciativa Comercio Electrónico para Todos y evaluaciones del grado de preparación para el comercio electrónico junto con países en desarrollo, en especial PMA, con el objetivo de crear planes de acción para promover el desarrollo digital
Grupo del Banco Mundial	La prioridad del apoyo al comercio guarda relación con el desarrollo de marcos normativos para el comercio electrónico, con ayuda a los países en desarrollo: - mejorar la comprensión de los marcos reglamentarios en vigor para el comercio electrónico - evaluar las prácticas reglamentarias para los distintos pilares de los reglamentos sobre comercio electrónico - considerar la mejor manera de abordar en las normas internacionales sobre el comercio electrónico los intereses y las preocupaciones en materia de políticas de los países en desarrollo
Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial	Imparte cursos de formación sobre el comercio electrónico para las mipymes y cuenta con un marco estratégico para la Cuarta Revolución Industrial 2022-2030
Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo	La estrategia digital trata de aumentar el apoyo al comercio electrónico como instrumento de resiliencia para las mipymes en la respuesta a la COVID-19



OPINIÓN EXPERTA

Comercio digital, conectividad y desarrollo sostenible

Torbjörn Fredriksson, Jefe de la Subdivisión de Comercio Electrónico y Economía Digital, Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)

La pandemia de COVID-19 ha impulsado la transformación digital en todo el mundo, acelerando en particular la transición hacia el comercio digital. Si bien para muchas empresas las soluciones digitales han representado un salvavidas en medio de las restricciones relacionadas con los viajes y de otros tipos, no todas las empresas, ni mucho menos, han podido aprovecharlas. En vista de que aún quedan brechas en diversas esferas de la preparación digital, es aún más importante reforzar y prestar un apoyo eficaz a los países rezagados para evitar que aumenten las desigualdades. La iniciativa Comercio Electrónico para Todos, encabezada por la UNCTAD, debe aprovecharse de manera eficaz en este contexto.

En la esfera del comercio, si bien durante la pandemia ha aumentado el comercio mundial de productos de tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC), los países menos adelantados (PMA) y los países africanos han experimentado una fuerte caída de sus exportaciones e importaciones de productos de TIC. Análogamente, el aumento de la participación de los servicios prestados digitalmente en el total de las exportaciones de servicios fue considerablemente inferior en los países de ingresos bajos que en los más avanzados (UNCTAD, 2021). Dicho de otro modo, los países con bajos niveles de ingresos y preparación digital se han rezagado más durante la pandemia, con lo que se incrementa el riesgo de que aumenten las desigualdades. Duplicar la participación de los PMA en el comercio mundial —como se prevé en la meta 17.11 de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas— será muy difícil a menos que se haga algo más para fortalecer su capacidad de participar en el comercio digital y beneficiarse de él.

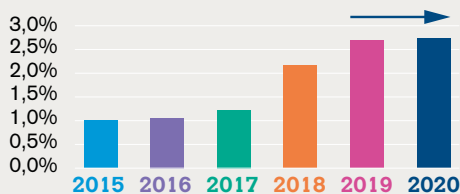
Lamentablemente, los datos disponibles sobre la proporción de la financiación de la Ayuda para el Comercio destinada a la esfera de las TIC indican que se estabilizó en 2020, situándose en un 2,7% del total, en lugar de seguir aumentando (véase el gráfico). Sin embargo, en términos absolutos, los recursos asignados a la esfera de las TIC aumentaron en 300 millones de dólares EE.UU. en 2020 (UNCTAD, 2022).

Habida cuenta de que es urgente salvar las diferencias en cuanto a preparación digital y subsanar los insuficientes niveles de asistencia al desarrollo, los miembros de la comunidad internacional, entre ellos los donantes bilaterales, deben trabajar en colaboración de maneras innovadoras. Se necesita tiempo para elaborar y aplicar soluciones destinadas a mejorar los marcos jurídicos y reglamentarios con miras a aumentar la confianza en línea, crear competencias para la economía digital, fortalecer el emprendimiento digital de las mujeres y facilitar la inclusión financiera digital.

La iniciativa Comercio Electrónico para Todos ofrece soluciones prácticas que pueden utilizar los asociados para el desarrollo internacionales cuando estudian cómo establecer prioridades en la esfera digital con miras al desarrollo digital. Su plataforma en línea ofrece abundante información sobre las 34 organizaciones asociadas y sus respectivos puntos fuertes, que pueden aprovecharse para potenciar sus efectos. Su listado de las actividades de asistencia técnica disponibles y de los productos y programas existentes puede ayudar a determinar qué esferas en la actualidad no están bien abarcadas y en cuáles las inversiones y las iniciativas con efectos catalizadores pueden ser especialmente útiles.

De cara al futuro, todavía queda margen para fortalecer la coordinación. Habida cuenta de la demanda de asistencia, será importante evitar la duplicación del trabajo siempre que sea posible y tratar más bien de prestar el apoyo necesario mediante esfuerzos conjuntos. Así se haría un uso eficiente del dinero de los contribuyentes y se reduciría la carga de los Gobiernos de los países beneficiarios en lo que se refiere a la gestión de las relaciones con los asociados para el desarrollo. Es probable que una asociación y una colaboración eficaces tengan eco entre los donantes, por lo que es de esperar que eso contribuya a obtener más recursos y a producir mejores resultados.

Participación de todos los recursos de la Ayuda para el Comercio, 2015-2020



Fuente: Análisis de la UNCTAD basado en datos de la OCDE sobre los gastos de la Ayuda para el Comercio.

Estudio de caso práctico

Observación por satélite y resultados en materia de desarrollo sostenible

Banco Asiático de Desarrollo

Observación de la Tierra para la Transformación de Asia y el Pacífico es una iniciativa de la Agencia Espacial Europea (AEE) y del BAsD. La información sobre el medio ambiente basada en satélites ofrece nuevas maneras de abordar los problemas de desarrollo (AEE/BAsD, 2017).

La utilización de la observación por satélite ha avanzado de manera significativa en muchas aplicaciones ambientales. Los satélites no son invasivos, y son objetivos y sistemáticos en el registro de la información. Cada vez se presta más atención a la utilización de la tecnología para abordar los desafíos sociales (por ejemplo, los relativos a la población, los alimentos, el agua, la energía).

La AEE amplió el proyecto en 2016 para centrarse en diez prioridades: el desarrollo urbano; la agricultura y el desarrollo rural; la gestión de los recursos hídricos; los recursos marinos; la gestión de riesgos y la reducción de desastres; la energía; la gestión forestal, los servicios ecosistémicos; los Estados frágiles y en conflicto; y la resiliencia y la adaptación al cambio climático.

Fondo Monetario Internacional

El 26 de mayo de 2022, un equipo que trabajaba en una plataforma cuyo función es utilizar las observaciones por satélite y los análisis de macrodatos para hacer un seguimiento de las perturbaciones en el comercio ocasionadas por los desastres naturales relacionados con el clima fue uno de los ganadores del Desafío de Innovación Climática, competición organizada por el FMI.* La financiación inicial concedida al equipo servirá para seguir desarrollando su plataforma PortWatch, cuya objetivo es que los responsables de política puedan vigilar los efectos a nivel local y mundial de los fenómenos meteorológicos extremos y examinar la incidencia en los puertos integrados en la cadena de suministro mundial. Los pequeños Estados en desarrollo se contarán entre los principales beneficiarios de esta labor, habida cuenta de su vulnerabilidad a los desastres naturales, su elevada dependencia del comercio internacional y su limitada capacidad estadística.

* Véase <https://www.imf.org/en/Topics/innovation-at-the-imf/imf-climate-innovation-challenge>.



Ciclón Idai, al oeste de Madagascar y camino de Mozambique, 13 de marzo de 2019.



OPINIÓN EXPERTA

Aprovechar las ventajas del comercio digital con miras al desarrollo sostenible

Javier López González, Analista Superior de políticas comerciales, y **Silvia Sorescu**, Analista de políticas comerciales, en la Dirección de Comercio y Agricultura de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)

La digitalización brinda nuevas oportunidades a los países en desarrollo y a las empresas de todos los tamaños para superar las desventajas existentes en materia de costos comerciales y hacer llegar sus productos a una gama más amplia de mercados. Más digitalización equivale a más comercio: un aumento del 10% en conectividad digital entre los países aumenta el comercio de mercancías casi en un 2%, el comercio de paquetes en un 4% y el comercio de servicios en más de un 3%. Es importante señalar que estos efectos positivos se producen en todos los sectores.

El acceso a insumos digitales más baratos, más sofisticados y diversos —en particular, a programas informáticos para la mejora de la productividad, a tecnología de las comunicaciones o a servicios de pago electrónico— puede ayudar a las empresas a hacer llegar sus productos a una clientela más amplia. El acceso a los servicios a las empresas prestados de forma digital, como los servicios bancarios por Internet o los servicios de contabilidad en línea, también contribuye a impulsar la competitividad de las exportaciones, en especial en los países de ingresos medianos bajos y los países de ingresos bajos.

Los instrumentos de facilitación del comercio digital pueden ayudar a reducir los costos del comercio en distintas fases de la cadena de suministro. Una mayor utilización de esos instrumentos, en particular a través de una aplicación sostenida del Acuerdo sobre Facilitación

del Comercio de la OMC, puede ayudar a las mipymes de los países en desarrollo a participar en el comercio y aumentar el valor de sus exportaciones e importaciones en más de un 4,5%.

Con todo, los beneficios de la digitalización para el comercio, y del comercio para la digitalización, no son automáticos. Se necesitan diversos instrumentos de política para promover una mayor participación y más beneficios, en especial mediante nuevos enfoques de la apertura de los mercados, y sobre todo para los países en desarrollo.

Es necesario adoptar medidas en distintas esferas de política, desde crear competencias digitales y abordar las brechas digitales hasta mejorar el acceso a los productos y los servicios de las TIC y garantizar unas conexiones a Internet asequibles y fiables. Adoptar un enfoque holístico de la apertura del mercado significa entender cómo interactúan las cuestiones de política comercial con otras esferas de política, como la privacidad y la protección de datos, la innovación, la competencia, las infraestructuras, la conectividad, la fiscalidad o las competencias.

La apertura de los mercados también debe tener en cuenta todas las medidas que afectan a una transacción determinada. Por ejemplo, si bien el acceso a Internet es una condición necesaria para que prospere el comercio de mercancías basado en las tecnologías digitales, no basta por sí solo. Si los costos de los servicios de transporte,

logística o pago electrónico en el país receptor o en el país proveedor son elevados debido a restricciones al comercio de servicios, o si se retienen las mercancías en la frontera por culpa de procedimientos ineficientes, es posible que no se materialicen los beneficios del comercio digital.

Para que se obtengan beneficios y se repartan más ampliamente, es necesario un entorno reglamentario que permita a los Gobiernos, tanto de los países desarrollados como de los países en desarrollo, responder a los nuevos desafíos planteados por la digitalización. Se están manteniendo debates sobre el comercio digital, como la Iniciativa relacionada con la Declaración Conjunta (IDC) sobre el Comercio Electrónico de la OMC y en el marco de varios acuerdos comerciales. En el reciente Inventario del comercio digital de la OCDE se señala que en muchas economías en desarrollo ya se está debatiendo en el marco de la IDC la adopción sustancial de instrumentos. Además, en algunos acuerdos comerciales regionales o foros de cooperación que incluyen a economías en desarrollo están planteándose nuevas normas de distintas “profundidades y densidades” en esferas importantes para el comercio digital.

Es importante que los países en desarrollo participen en los debates en curso sobre el comercio digital y contribuyan a elaborar las normas en las que se sustentarán cada vez más sus economías, puesto que las divergencias reglamentarias entre las fronteras y la falta de interoperabilidad pueden dar lugar a costos de transacción adicionales allí donde las actividades deben estar armonizadas en los diversos marcos reglamentarios.

El fortalecimiento de los compromisos de Ayuda para el Comercio en categorías como las comunicaciones y la política comercial y los reglamentos puede desempeñar un importante papel en el apoyo a los países para que salven las diferencias en el ámbito de la conectividad y las competencias digitales y aborden las dificultades técnicas y reglamentarias.

El comercio digital permite a la propietaria de una empresa de Kenya ampliar su negocio en línea.



Conectividad digital, comercio electrónico y la transición al desarrollo sostenible

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) informa de que las TIC pueden contribuir a abordar las preocupaciones relacionadas con el clima más acuciantes y permitir el muy necesario desplazamiento hacia una economía circular (UIT, 2019). Las TIC pueden utilizarse para vigilar el cambio climático (por ejemplo, usando las observaciones desde el espacio para hacer un seguimiento de la deforestación) y para mitigar los efectos del cambio climático y adaptarse a ellos (por ejemplo, desarrollando redes eléctricas inteligentes, mejorando los sistemas de alerta temprana en respuesta a los fenómenos meteorológicos extremos más frecuentes).

Pasar a los enfoques digitales puede promover la accesibilidad, la eficiencia y la sostenibilidad. Las respuestas al cuestionario indicaron cómo la conectividad y las TIC pueden apoyar los resultados del desarrollo sostenible, en particular de las siguientes maneras (véase más información en el cuadro 5):

- proporcionando información sobre las condiciones climáticas, hidrometeorológicas y meteomarinas para las alertas tempranas de fenómenos meteorológicos extremos;
- facilitando las previsiones meteorológicas a los agricultores mediante dispositivos celulares;
- impulsando la productividad agropecuaria mediante la utilización de sensores para vigilar la humedad relativa y la fertilidad del suelo;
- utilizando la digitalización para prestar servicios que ofrezcan otros beneficios (por ejemplo, la mejora de la movilidad en el transporte que reduce el consumo de energía, los servicios sanitarios y de educación en línea, el comercio electrónico en las zonas rurales con la ayuda de la conectividad digital);
- utilizando la conectividad digital para ayudar a reducir una huella de carbono

relativamente grande en la prestación de servicios, las transacciones económicas, la logística y la utilización de energía.

Una importante aplicación de la tecnología digital en la esfera del desarrollo sostenible mencionada en el cuestionario es la rastreabilidad. El Open Timber Portal es una iniciativa que puso en marcha el Instituto de Recursos Mundiales para crear una plataforma de datos abiertos que facilita información sobre los productores forestales. La información puede utilizarse, por ejemplo, para vigilar la aplicación del Reglamento de la UE sobre la madera⁹ como parte del proceso del acuerdo de asociación voluntario¹⁰ entre el país productor y la Unión Europea.

Las respuestas al cuestionario señalan que la conectividad digital puede apoyar mejor la transición hacia el desarrollo sostenible en el sector de los servicios (véase el gráfico 5). Si bien la Unión Europea reconoce que las respuestas dependen del contexto, señala que una mayor conectividad digital podría mejorar la productividad, la creación de empleo y la transición hacia el desarrollo sostenible en todos los sectores; aunque algunos sectores destacan más que otros. En particular, el sector de servicios incluye los servicios de TI y el acceso financiero digital, que facilitan la competitividad en otros sectores.

Mauricio señala el papel que pueden desempeñar las plataformas digitales en el empeño de informar al público sobre los productos respetuosos con el medio ambiente y sostenibles. El público puede cambiar sus pautas de consumo eligiendo el producto más respetuoso con el medio ambiente. No obstante, las respuestas al cuestionario también hacen referencia a los efectos negativos en el medio ambiente de la conectividad digital y los productos de las TIC, como se puso de manifiesto en el examen de la UIT (2019):

“Las TIC también consumen energía y, por lo tanto, pueden contribuir a las emisiones y desechos mundiales durante su producción, utilización y obsolescencia, y dependen de la fuente de energía utilizada. Por ejemplo, los avances tecnológicos —y en particular la proliferación de las tecnologías de frontera (como la inteligencia artificial, el Internet de las cosas, el 5G, los gemelos digitales, la

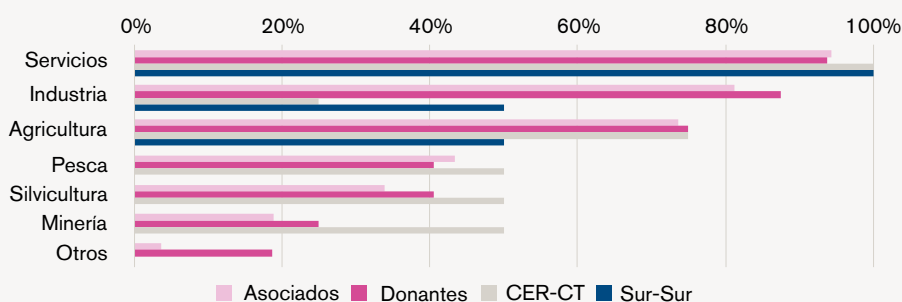
robótica, etc.)— están contribuyendo a que sean cada vez más numerosos los centros de datos, con la consiguiente preocupación por su consumo de energía, que va en aumento a un ritmo alarmante. Ante el creciente número de servicios relacionados con las TIC, también está incrementándose la huella ambiental del sector de las TIC, lo que exige la adopción de medidas para vigilar esta tendencia.”

Cuadro 5: Conectividad digital, comercio electrónico y la transición hacia el desarrollo sostenible

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
África	
Madagascar	La conectividad digital presenta unas perspectivas prometedoras en los sectores agrícola y pesquero
Mali	La introducción de las TIC puede impulsar la productividad agrícola mediante: - la utilización de sensores para vigilar la humedad relativa y la fertilidad del suelo - la utilización de sondas para medir la densidad del pescado o los recursos pesqueros - la automatización de la producción industrial y agrícola - el desarrollo del comercio electrónico
Mauricio	La plataforma de la Junta de Desarrollo Económico facilitará la actividad empresarial para atraer a posibles inversores en el ámbito del reciclaje El Sistema de Información al Consumidor es una plataforma digital destinada a informar al público sobre los productos respetuosos con el medio ambiente y sostenibles
Asia y el Pacífico	
Indonesia	Nuevas empresas que ofrecen financiación y formación en el sector agrícola y pesquero para que se utilice la tecnología y que además conectan a los pescadores locales con un mercado más amplio mediante la tecnología digital. La prestación de servicios con la ayuda de la digitalización y la conectividad digital puede: - reducir el consumo de energía en el transporte público y, por consiguiente, reducir la dependencia de los combustibles fósiles no sostenibles - prestar servicios sanitarios y de educación a las poblaciones rurales - difundir el comercio electrónico en las zonas rurales - empoderar a las mipymes mediante la digitalización como forma de digitalización digital Se propone ser el “granero de alimentos mundial” de aquí a 2045 y ha adoptado varias políticas para mantener una cadena de seguridad alimentaria estable
Pakistán	Se facilitan a los agricultores de manera digital las previsiones meteorológicas mediante dispositivos celulares Se identifica a los beneficiarios de los programas gubernamentales a través de la base de datos creada en el contexto del sistema de tarjetas Kissan
América Latina y el Caribe	
Colombia	La adaptación a la estrategia sobre el cambio climático tiene por objeto utilizar la conectividad digital y promover los instrumentos de TIC para la mitigación del cambio climático y la adaptación a él, por ejemplo, facilitando información sobre las condiciones climáticas, hidrometeorológicas y meteomarinas como medio para dar a conocer las alertas tempranas de fenómenos meteorológicos extremos

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
Donantes	
Australia	Pasar a enfoques digitales podría servir para promover una mayor accesibilidad, eficiencia y sostenibilidad
Secretaría del Foro de las Islas del Pacífico	La conectividad digital puede: ▪ utilizarse para vigilar actividades que amenazan con agotar los recursos naturales (por ejemplo, la pesca, la silvicultura, la minería) ▪ hacer posible un turismo sostenible a pequeña escala ▪ ayudar a los agricultores de las zonas rurales remotas a seguir prácticas agrícolas sostenibles
Suecia	La Agencia Sueca de Cooperación Internacional para el Desarrollo apoya al Centro de Comercio Internacional en iniciativas como GreenToCompete y SheTrades
Taipei Chino	Se está desarrollando el sistema de rastreo de productos iFarm

Gráfico 5: Sectores en los que la conectividad digital podría contribuir en mayor medida al logro de la transición hacia el desarrollo sostenible



Fuente: Secretaría de la OMC.

Conectividad digital, igualdad de género y empoderamiento económico de las mujeres

El mensaje que se desprende claramente de las respuestas al cuestionario es que la conectividad digital es uno de los motores del empoderamiento económico de las mujeres. Allí donde se introducen las TIC y la tecnología digital para satisfacer las necesidades de las mujeres y las niñas, hay muchas posibilidades de reducir las diferencias de género (BAsD, 2016a):

“El sector es una fuente de empleo a tiempo completo y a tiempo parcial cada vez mayor, en especial para las mujeres y los hombres jóvenes de los centros urbanos. Si bien los

hombres ocupan de manera predominante los cargos de supervisión y gestión, la participación de las mujeres en los puestos de trabajo relacionados con las TIC a todos los niveles va en aumento.”

Según las estimaciones de un informe de la Asociación GSM, en 2020, otros 112 millones de mujeres empezaron a utilizar el acceso móvil a Internet en los países de ingresos bajos y medianos (GSMA, 2021b). En los últimos años se han observado pocos cambios en la brecha de género en relación con el acceso móvil a

Internet, con la excepción de Asia Meridional, donde la brecha se ha reducido, aunque allí se partía de una gran disparidad.

Las respuestas al cuestionario hacen referencia a la brecha digital de género en un contexto nacional (véase gráfico 6). He aquí algunas de las principales dificultades que influyen en el acceso de las mujeres a la tecnología digital (véase más información en el cuadro 6):

- las bajas tasas de escolarización de las niñas;
- el escaso poder adquisitivo de las mujeres para adquirir dispositivos;
- las dificultades de las mujeres sin formación con la funcionalidad y el funcionamiento y de las tecnologías conexas;
- la actitud negativa de los familiares ante las mujeres que acceden a la tecnología digital;
- la falta de contenidos pertinentes para las mujeres;
- la vulnerabilidad en línea y fuera de línea que sienten las mujeres;
- los obstáculos socioculturales;
- la falta de confianza de algunas mujeres en la utilización de las tecnologías digitales;
- los niveles inferiores de la infraestructura de TIC en las zonas rurales, donde residen muchas mujeres.

Más del 70% de las respuestas al cuestionario ponen de relieve que las mujeres se enfrentan a

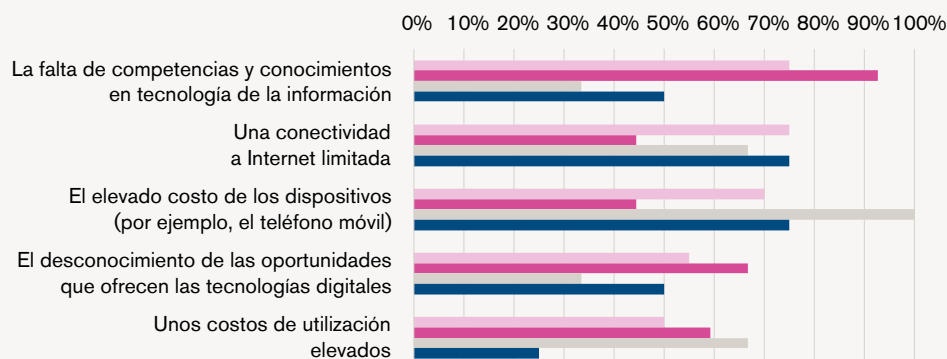
dificultades específicas en el acceso a las tecnologías digitales. Esto está en consonancia con los estudios realizados sobre la brecha digital a la que hacen frente las mujeres para acceder a Internet:

“Según los últimos datos de la UIT, la proporción de mujeres que utilizan Internet a nivel mundial asciende a 48%, en comparación con el 55% de hombres. En términos relativos, eso significa que la brecha de género mundial en lo que se refiere a la utilización de Internet se sitúa en el 12,5%.”¹¹

En algunas regiones, esta brecha de género es más acusada. Por ejemplo, según el BASD, las brechas digitales de género prevalecen en Asia y el Pacífico, existiendo una brecha del 17% en la utilización de Internet entre hombres y mujeres. En 2020, el Banco Interamericano de Desarrollo informó sobre la investigación realizada en torno a la exclusión digital de las mujeres en las zonas rurales (Rotundi *et al.*, 2020):

“En 17 de los 23 países de América Latina y el Caribe analizados, el número de mujeres que declaran tener un teléfono móvil es menor que el de hombres. Cuanto mayor es la brecha de género con respecto a la tenencia de un teléfono móvil, menor es la participación de las mujeres en la fuerza laboral. Las mujeres rurales constituyen el grupo menos conectado.”¹²

Gráfico 6: Entre los obstáculos que impiden a las mujeres acceder a la tecnología digital, los más citados son:



Fuente: Secretaría de la OMC.

■ Asociados ■ Donantes ■ CER-CT ■ Sur-Sur

Cuadro 6: Conectividad digital e igualdad de género y empoderamiento económico de las mujeres

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
África	
Mali	Estas son los tres principales obstáculos en el acceso de las mujeres a la tecnología digital: - las bajas tasas de escolarización - el escaso poder adquisitivo para la compra de dispositivos - las dificultades con la funcionalidad y el funcionamiento de las tecnologías conexas El apoyo efectivo prestado se corresponde con los objetivos y las prioridades de las mujeres en lo que se refiere al comercio, que son: - el empoderamiento económico de las mujeres - la promoción de la integración socioeconómica de las mujeres, así como de la igualdad de acceso a las oportunidades de empleo y los factores productivos - la mejora del entorno institucional, jurídico y organizativo - el fomento de la productividad y la competitividad en las empresas de las mujeres
Uganda	Los obstáculos se derivan en gran medida de: - una ética laboral patriarcal e institucionalizada - unas instalaciones físicas de TIC limitadas - las características, las percepciones y las actitudes individuales
Asia y el Pacífico	
Pakistán	Prueba de la armonización con las prioridades y los objetivos comerciales es la incorporación del equilibrio de género y el empoderamiento a los planes nacionales, como el Marco Estratégico de Política Comercial, la política de comercio electrónico y la política de mipymes
Sri Lanka	Entre los obstáculos adicionales que impiden a las mujeres acceder a la tecnología digital se incluyen: - la actitud negativa de los familiares hacia las mujeres que acceden a la tecnología digital - la falta de contenidos pertinentes - la vulnerabilidad en línea y fuera de línea - los obstáculos socioculturales - la falta de confianza - el escaso nivel de formación en tecnologías de la información
América Latina y el Caribe	
México	Según el censo económico de 2019, en cuanto a la brecha digital de género y las mujeres empresarias en más de 4 millones de empresas encuestadas: - un 10,3% de las empresas propiedad de mujeres contaba con equipo informático (frente al 20,3% en el caso de los hombres) - un 8,7% de las empresas propiedad de mujeres utilizaba Internet (frente al 17,5% en el caso de los hombres)
Perú	La disparidad en materia de competencias digitales es uno de los obstáculos para acceder a las TIC y afecta en mayor medida a las mujeres; también da lugar a la segregación tanto en el tipo de trabajo que llevan a cabo hombres y mujeres como en las razones que los conducen a buscar trabajo en las plataformas digitales
Donantes	
Australia	Las mujeres y las niñas tienen menor acceso o más restricciones de acceso a las tecnologías digitales debido a normas socioculturales que influyen en la educación, los recursos y las decisiones en materia de empleo

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
Donantes	
Alemania	Los obstáculos están interrelacionados e incluyen: ▪ los prejuicios de género socioculturales, que es necesario limitar ▪ la escasa formación electrónica y la falta de competencias digitales (en particular, la formación financiera digital) ▪ la escasa representación de las mujeres en el sector de la tecnología de la información ▪ el limitado acceso a Internet y su asequibilidad
Banco Mundial	En el Estudio sobre el comercio y el género en la región de las Islas del Pacífico, el Grupo Banco Mundial constató que, entre los encuestados de los cinco países estudiados, las mujeres que sabían que las declaraciones de importación y exportación podían presentarse por medios electrónicos eran menos que los hombres Entre los beneficios para los comerciantes se incluyen plazos más rápidos de despacho, procesos transparentes y previsibles y menos burocracia Son más las mujeres comerciantes que suelen tener dificultades para encontrar información sobre los reglamentos y los procedimientos en frontera, en comparación con los hombres comerciantes
Canadá	Un proyecto realizado por el Instituto de Estudios de Genocidio y Derechos Humanos de Montreal constató que el uso indebido y la desinformación en línea ligados al género tienden a aumentar, y que este contenido perjudicial tiene por objeto amenazar y deshumanizar a las mujeres y constituye un obstáculo para la participación política de las mujeres La escasa representación de las mujeres en los sectores de la ciencia y la tecnología puede repercutir en el diseño de las tecnologías y crear un sesgo androcéntrico en la forma en que la tecnología organiza la información A través de la política de ayuda internacional feminista, el Canadá trata de abordar la brecha digital de género, en particular en relación con el acceso físico, la educación y la formación en cuanto a los ecosistemas digitales, y la experiencia única de las mujeres y las niñas en línea
Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo	El sector digital sigue muy dominado por los hombres, y las mujeres continúan afrontando obstáculos que les impiden aprovechar al máximo la transformación digital Debido a las desigualdades de género preexistentes, las mujeres tienen más dificultades para acceder a la tecnología digital, entre ellas: ▪ los prejuicios de género ▪ una menor participación en los procesos de toma de decisiones ▪ unas competencias digitales más limitadas ▪ la falta de confianza ▪ un acceso desigual a la financiación La pandemia de COVID-19 aceleró la digitalización y aumentó la necesidad de abordar los persistentes cuellos de botella y de prestar más atención a las cuestiones de género en la economía digital
Japón	Entre los principales obstáculos y limitaciones para las mujeres y las niñas, se incluyen: ▪ el acceso a Internet (en particular, la asequibilidad de la tecnología) ▪ el desarrollo de las competencias digitales ▪ la obtención de empleo en el sector de las TIC La preocupación relativa a la seguridad y la privacidad ante el acoso y la violencia en el ciberespacio disuaden a las mujeres de utilizar Internet activamente En opinión del Organismo de Cooperación Internacional del Japón, es indispensable hacer frente a la brecha digital de género para garantizar que las mujeres y las niñas tengan un mejor acceso a la atención sanitaria, la educación y el empleo y para promover la participación ciudadana
Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial	Salvar la brecha digital de género es un requisito para alcanzar un crecimiento económico sostenible y prosperidad.

Estudio de caso práctico

USAID: razones por las que existe la brecha digital de género

Las principales razones del limitado acceso de las mujeres y las niñas a la tecnología móvil y a Internet y el hecho de que hagan una menor utilización de ellos están interrelacionadas y son complejas, pero se basan en la desigualdad de género mundial. Los principales obstáculos se pueden clasificar en cuatro amplias esferas.

Asequibilidad

Debido a las normas sociales, las mujeres suelen ser menos independientes en el plano financiero que los hombres y tener un nivel de ingresos inferior. Como las mujeres son, en consecuencia, más sensibles a los precios, tienden a disponer de dispositivos menos avanzados y a tener experiencias más pobres como usuarias. También cuentan con menos ingresos disponibles para gastar en servicios de telefonía móvil o de Internet.



Mujeres jóvenes asisten a un curso de TIC en Mauricio.

Disponibilidad

Los bajos niveles de calidad y cobertura de las redes crean obstáculos adicionales para las mujeres y las niñas. Entre las mujeres, la elección de red a menudo se ve restringida por factores como la mala calidad de los dispositivos más básicos (o teléfonos inteligentes de una gama inferior), el costo de los datos y menos proveedores entre los que elegir.

Capacidad

La utilización por parte de las mujeres de plataformas móviles y de Internet a menudo se ve limitada por un nivel más bajo de competencias técnicas y digitales, así como por su falta de confianza en la utilización de tecnología y la escasez de contenidos pertinentes para las necesidades de las mujeres, en especial en las lenguas nacionales. Existen sólidas pruebas de que el acceso a Internet y la telefonía móvil y su utilización siguen pautas sociales más amplias que se caracterizan por una profunda exclusión social de las mujeres y las niñas; las mujeres se encuentran en situación de desventaja con respecto al acceso y la utilización de la tecnología debido a las condiciones sociales subyacentes, en particular un nivel educativo inferior.

Interés

La seguridad, la protección y el acoso constituyen una preocupación importante más para las mujeres que para los hombres, y esas cuestiones actúan como un factor disuasorio considerable para las mujeres y las niñas ante la tecnología. Eso incluye el temor al acoso por parte de desconocidos (por ejemplo, el ciberacoso, las llamadas no solicitadas, los mensajes de texto y en línea), así como preocupaciones por la seguridad y la privacidad de datos en línea. Además, las mujeres tienden a manifestar un nivel de comprensión inferior acerca del potencial de Internet y una menor percepción de su valor.

Fuente: Adaptado de Tyers (2020).

Notas finales

1. Véase <https://www.itu.int/es/mediacentre/Pages/PR-2021-11-29-FactsFigures.aspx>.
2. Véase <https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/e358c23f-afe3-49c5-a509-034257688580/e-Conomy-Africa-2020.pdf?MOD=AJPERES&CVID=nmuGYF2>.
3. Véase https://www.wto.org/spanish/news_s/news22_s/serv_01feb22_s.htm.
4. *Ibid.*
5. Véase <https://au.int/en/documents/20200518/digital-transformation-strategy-africa-2020-2030>.
6. Véase <https://futurium.ec.europa.eu/en/Digital4Development/discussion/flagship-african-european-digital-innovation-bridge-aedib>.
7. Véase <https://www.southsouth-galaxy.org/blog/accelerating-digital-transformation-through-south-south-and-triangular-cooperation>.
8. Véase <https://www.mfa.gov.cn/ce/ceme//mon/wjbxw/t1901752.htm>.
9. Véase *Reglamento (UE) N° 995/2010 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 20 de octubre de 2010, por el que se establecen las obligaciones de los agentes que comercializan madera y productos de la madera*, 12 de noviembre de 2010.
10. Un acuerdo de asociación voluntario es un acuerdo comercial vinculante entre la Unión Europea y un país exportador de madera, fuera de la Unión Europea, que garantiza que toda la madera y los productos de la madera destinados al mercado de la UE cumplen las leyes del país exportador.
11. Véase <https://www.itu.int/es/mediacentre/backgrounders/Pages/bridging-the-gender-divide.aspx>.
12. Véase <https://www.iadb.org/es/noticias/la-exclusion-digital-una-barrera-que-golpea-el-trabajo-de-las-mujeres-rurales>.

Productores de maíz,
Mawathawewa (Sri Lanka).

A woman with a joyful expression is carrying a large, full sack of yellow corn cobs on her back. She is wearing a pink cap and a colorful, patterned shawl. The background shows a field of dry corn stalks under a cloudy sky. A large, stylized white number '4' is overlaid on the left side of the image.

**Igualdad
de género,
empoderamiento
económico de
las mujeres
y comercio
sostenible**



136

Integración de las políticas de género en las estrategias de desarrollo y en los instrumentos jurídicos

143

Empoderamiento económico de las mujeres en la Ayuda para el Comercio

148

Categorías de los programas de Ayuda para el Comercio relacionadas con el género

157

Limitaciones de la Ayuda para el Comercio y alineación de donantes y asociados

160

Dificultades para incorporar la dimensión de género en la Ayuda para el Comercio



La Ayuda para el Comercio contribuye al empoderamiento económico de las mujeres

96%

de los países en desarrollo reconocen la importancia que ello puede tener para abordar las limitaciones comerciales a que se enfrentan las mujeres

El empoderamiento económico de las mujeres se está integrando en las estrategias de Ayuda para el Comercio...

92%

de los países en desarrollo incluyen el empoderamiento económico de las mujeres en las estrategias de desarrollo

...y en las estrategias de desarrollo del comercio

42%

de los países en desarrollo incluyen consideraciones relativas al empoderamiento económico de las mujeres en las estrategias de desarrollo del comercio y de exportación



83%

de los donantes financiaron proyectos de empoderamiento económico de las mujeres **centrados en impulsar la capacidad de las mujeres para participar en el comercio**



92%

de los países en desarrollo identifican los servicios y la agricultura como los sectores en que se necesitará apoyo para lograr el empoderamiento económico de las mujeres,



75%

de los donantes financiaron programas de formación y de apoyo a las mujeres empresarias



83%

mencionan la industria

La recopilación de datos sigue siendo una dificultad...



62%

de los países en desarrollo recopilan datos desglosados por género sobre el comercio, pero no de forma sistemática

Solo



50%

de los encuestados disponen de un marco para vigilar y evaluar los resultados de los programas de Ayuda para el Comercio que apoyan a las mujeres

Principales limitaciones a las que se hacen frente las mujeres en los países en desarrollo:

- dificultades de acceso a los servicios financieros **87%**
- empleo informal **75%**
- falta de acceso a servicios digitales **49%**

La igualdad de género es parte integrante de la Iniciativa de Ayuda para el Comercio desde su creación. En el informe final¹ del Equipo de Trabajo sobre la Ayuda para el Comercio de la OMC, publicado en 2006, se recomendó que “[l]a ayuda para el comercio deberá prestarse de manera coherente, teniendo plenamente en cuenta, entre otras cosas, la perspectiva de género y el objetivo general del desarrollo sostenible”.

La Secretaría de la OMC, encargada de llevar a cabo el ejercicio conjunto de vigilancia y evaluación de la Ayuda para el Comercio de la OCDE y la OMC de 2022, ha reformado por primera vez el cuestionario de la encuesta de recogida de datos para captar mejor los efectos que la Ayuda para el Comercio ha tenido sobre la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres, así como para recabar nuevos datos que no figuraban en anteriores ejercicios de vigilancia y evaluación de la Ayuda para el Comercio.

En general, los datos recopilados demuestran cómo la Ayuda para el Comercio promueve el empoderamiento económico de las mujeres, cómo los donantes y los países asociados están alineados en sus objetivos y prioridades de Ayuda para el Comercio respecto de las cuestiones de género (lo que no ocurría anteriormente) y cómo la incorporación de la dimensión de género sigue planteando dificultades, especialmente porque los Gobiernos carecen de datos comerciales desglosados por sexo y de capacidad para recopilarlos y porque, en su mayoría, no evalúan los efectos de sus programas de Ayuda para el Comercio.

A partir de las respuestas al cuestionario, en el presente capítulo se analizan los nuevos datos e información recopilados mediante el ejercicio de vigilancia y evaluación, se examina cómo se ha incluido el género en los programas de Ayuda para el Comercio y se destacan las tendencias generales de los resultados y ejemplos basados en información adicional.

Los resultados del ejercicio de vigilancia y evaluación se han dividido en las siguientes secciones:

- integración de las políticas de género en las estrategias de desarrollo y en los instrumentos jurídicos;
- empoderamiento económico de las mujeres en la Ayuda para el Comercio;
- categorías de los programas de Ayuda para el Comercio relacionadas con el género;
- limitaciones de la Ayuda para el Comercio y alineación de donantes y asociados;
- dificultades para incorporar la dimensión de género en la Ayuda para el Comercio.

En este capítulo también se incluyen los siguientes estudios de casos prácticos:

- Benin: métodos de evaluación de género en los programas de Ayuda para el Comercio;
- Colombia: integración de las cuestiones de género en los instrumentos de política;
- Unión Europea: evaluación del impacto de género de la UE: lo que se mide se gestiona;
- El Perú: integración de las cuestiones de género en las políticas comerciales y relacionadas con el comercio.

Cosecha de arroz en Ngazi (República Democrática del Congo).



Integración de las políticas de género en las estrategias de desarrollo y en los instrumentos jurídicos

Tanto los donantes como los países asociados elaboran programas específicos de Ayuda para el Comercio centrados en cuestiones de género. Alrededor del 92% de los 53 países en desarrollo participantes consideran prioritario el empoderamiento económico en sus planes y objetivos de desarrollo. En el caso de África y Asia y el Pacífico, la respuesta fue del 100%.

Del mismo modo, el 90% de los donantes han integrado las cuestiones de género en su ayuda al desarrollo relacionada con el comercio. Así se reflejó en las respuestas de los encuestados regionales y de los asociados Sur-Sur.

Esa tendencia positiva se mantiene desde el ejercicio de vigilancia y evaluación de 2019, en el que se observó que el empoderamiento económico de las mujeres también ocupaba un lugar destacado en los programas tanto de los donantes (el 84%) como de los países participantes (el 85%). Efectivamente, las investigaciones de la OMC confirman que el interés por abordar el empoderamiento económico de las mujeres a través de la Ayuda para el Comercio no ha dejado de crecer desde 2007 (der Boghossian, 2019).

En un estudio del Banco Mundial de 2011 también se demostró que las intervenciones de la Ayuda para el Comercio podrían contribuir a apoyar a las mujeres comerciantes y empresarias. Se identificaron los principales obstáculos comerciales a los que hacían frente las mujeres para aumentar su acceso a los mercados y, por ende, a los ingresos (Gamberoni y Guilherme, 2011).

En particular, la Ayuda para el Comercio que apoya la facilitación del comercio podría ayudar a las empresarias a aumentar su participación en el comercio mundial. El estudio del Banco

Mundial se publicó en un momento en que los países empezaban a integrar más las cuestiones de género en los objetivos de la Ayuda para el Comercio y a reorientar los programas hacia la igualdad de género (der Boghossian, 2019).

Los países integran las cuestiones de género en una amplia gama de instrumentos y políticas, empezando por sus estrategias generales de desarrollo. Elaboran instrumentos dedicados específicamente a la igualdad de género, en los que se abordan esas cuestiones dentro de un ámbito de políticas determinado, centrado en aspectos como los siguientes (véanse más detalles en el cuadro 1):

- apoyo a la recuperación de la COVID-19;
- cuestiones de género relacionadas con el cambio climático, el medio ambiente y los recursos naturales;
- promoción del comercio electrónico y de la digitalización;
- integración de las cuestiones de género en el desarrollo del sector de servicios;
- fomento de las finanzas inclusivas y de la microfinanciación para mujeres de base;
- apoyo a las comerciantes transfronterizas informales;
- fomento del desarrollo industrial y de la iniciativa empresarial femenina.

Países como Guinea-Bissau y Zambia incluyen las cuestiones de género en estrategias que surten efecto a escala local. De hecho, muchos países combinan las estrategias de desarrollo con una política de igualdad de género, lo que refuerza ambos instrumentos. Por ejemplo, Colombia combina dos o tres tipos de instrumentos para integrar la dimensión de género en las estrategias y programas de Ayuda para el Comercio (véase el estudio de caso práctico).

Cuadro 1: Integración de las políticas de género en las estrategias de desarrollo

Regiones	Respuestas al cuestionario
África	
Guinea-Bissau	Se integran datos desglosados por sexo en la estrategia de desarrollo comercial
República Democrática del Congo	La igualdad de género está incluida en la constitución
Zambia	Las cuestiones de género se integran en estrategias y políticas que surten efecto a escala local
Asia y el Pacífico	
Pakistán	La Ayuda para el Comercio se considera una variable de enorme importancia para la integración de las mujeres en la estructura actual del mercado, y: - puede abrir a las mujeres jóvenes en particular nuevos segmentos de la economía (por ejemplo, el comercio electrónico), donde las ganancias pueden ser más significativas y redundar en una mejor movilidad social - puede suplir las carencias técnicas o de conocimientos que tenga un país en desarrollo para aprovechar el verdadero potencial económico de las mujeres
América Latina y el Caribe	
Santa Lucía	La estrategia de inclusión de género ha de apoyar las perspectivas de género en la elaboración de políticas Los ministerios y departamentos han de orientarse hacia una cultura transparente y basada en datos que utilice el análisis de género en la planificación El desarrollo de la capacidad debe ser un medio para alcanzar un fin, de manera que las oportunidades prácticas de comercio se incorporen a la ayuda para aumentar la sostenibilidad de la formación

Mauricio, el Pakistán y Vanuatu son de los pocos países que integran directamente las cuestiones de género en las políticas comerciales y en las estrategias de exportación. Sin embargo, la integración de las cuestiones de género en la política comercial sigue siendo una asignatura pendiente para la mayoría de los países. Cuando se supera este escollo, los países integran sobre todo las cuestiones de comercio y de género en las estrategias de iniciativa empresarial y en el apoyo a las mujeres exportadoras (Guatemala, Paraguay, Uganda).

Los pequeños agricultores generan más ingresos gracias al aumento de los productos agropecuarios, Thbong Khnum (Camboya).



Estudio de caso práctico

Colombia: integración de las cuestiones de género en los instrumentos de política

Plan Nacional de Desarrollo

Colombia integra las cuestiones de género en varios instrumentos de política. El Plan Nacional de Desarrollo para 2018-2022 incluye un capítulo dedicado al empoderamiento económico de las mujeres*, en virtud del cual se garantiza la igualdad de género y la no discriminación mediante estrategias específicas y en diversos ámbitos temáticos (por ejemplo, educación, empleo).

Colombia también reconoce a las mujeres de las zonas rurales como agentes de transformación estructural y apoya el desarrollo rural equitativo, facilitando la generación de ingresos y un mayor acceso a la financiación y mejorando las condiciones de empleabilidad e iniciativa empresarial.

Programa Equipares

Colombia, junto con el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), ha elaborado el programa Equipares con los siguientes objetivos:

- eliminar la discriminación de género en el empleo y en los salarios;
- promover condiciones de igualdad de género;
- prevenir, erradicar y sancionar toda forma de violencia contra las mujeres en las microempresas y pequeñas y medianas empresas (mipymes).

El programa Equipares también promueve la flexibilización de las condiciones laborales de las mujeres (por ejemplo, mediante la reducción de las horas de trabajo, la ampliación voluntaria de la licencia por maternidad o paternidad y el teletrabajo).



Una agricultora cría aves de corral en el marco de una alianza de productores de La Eugenia (Colombia).

Política Pública Nacional de Equidad de Género

En 2012 Colombia adoptó su Política Pública Nacional de Equidad de Género, de 10 años de duración, destinada a orientar las medidas relativas a la protección de los derechos de las mujeres en el país, incluido el empoderamiento económico.** Colombia trabaja actualmente en una nueva política nacional que se centrará en cuestiones de desarrollo social y productivo relacionadas con el género, entre ellas las siguientes:

- erradicación de las prácticas discriminatorias contra las mujeres en el mercado de trabajo;
- estímulo del desarrollo empresarial y del comercio exterior;
- promoción de la iniciativa empresarial de las mujeres;
- mejora del acceso de las mujeres a la financiación;
- eliminación de la brecha digital.

Cuestiones de género incorporadas en otras políticas públicas

Las cuestiones de género, en particular con respecto al empoderamiento económico de las mujeres, se incorporan en otras políticas públicas como las siguientes:

- la Política Nacional de Emprendimiento***, que propone una estrategia integral de asistencia técnica dedicada a apoyar el fortalecimiento empresarial de las mujeres;
- el Fondo Mujer Emprende*, cuyo objetivo es financiar y reforzar las capacidades de las mujeres con iniciativa empresarial;
- la Política para la Reactivación, la Repotenciación y el Crecimiento Sostenible e Incluyente**, que tiene por objeto la generación de ingresos para las mujeres rurales, con especial atención a la sostenibilidad de las empresas rurales y al desarrollo de programas de formación.

La igualdad de género es también un objetivo central incorporado de manera transversal en otras políticas sectoriales, como los programas que llevan a cabo la Vicepresidencia y la Consejería Presidencial para la Equidad de la Mujer en los siguientes ámbitos:

- las condiciones de trabajo decente para las mujeres empleadas;
- la promoción de la creación de capacidad para las mujeres con iniciativa empresarial y la participación de las mujeres en sectores no tradicionales como el transporte y la infraestructura, las minas y la energía, y la economía verde.

Colombia también ha establecido la equidad de género como una aspiración central en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de las Naciones Unidas, definiendo indicadores y metas específicos relacionados con la empleabilidad de las mujeres, la disparidad de ingresos y el acceso a la tecnología.

* Véase <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Prensa/BasesPND2018-2022n.pdf>.

** Véase <https://colaboracion.dnp.gov.co/cdt/conpes/social/161.pdf>.

*** Véase <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4011.pdf>.

+ Véase <https://www.apccolombia.gov.co/proyectos/fondo-mujer-emprende>.

++ Véase <https://colaboracion.dnp.gov.co/CDT/Conpes/Econ%C3%B3micos/4023.pdf>.

Estudio de caso práctico

El Perú: integración de las cuestiones de género en las políticas comerciales y relacionadas con el comercio

Política Nacional de Igualdad de Género

El Perú ha adoptado un conjunto de instrumentos destinados a corregir las desigualdades de género y a apoyar el empoderamiento económico de las mujeres a través del comercio. Por ejemplo, en la Política Nacional de Igualdad de Género, de 2019*, se aborda la discriminación estructural contra las mujeres. Uno de los objetivos prioritarios es garantizar el ejercicio de los derechos económicos y sociales de las mujeres, en particular mediante:

- la implantación del Sistema Nacional de Cuidado con perspectiva de género;
- la mejora del acceso de las mujeres a los recursos naturales y productivos y de su control sobre ellos;
- el aumento de la participación formal de las mujeres en el mercado de trabajo;
- medidas para garantizar los derechos sociales de las mujeres.

Lineamientos técnicos para promover la autonomía económica de las mujeres

En 2021 el Perú elaboró un conjunto de lineamientos técnicos para promover la autonomía económica de las mujeres en su diversidad**, con el objetivo principal de establecer disposiciones que orienten a las instituciones públicas y privadas en la implementación de estrategias que promuevan el empoderamiento económico de las mujeres y la igualdad de derechos y oportunidades laborales y sociales en aspectos como los siguientes:

- la generación de información sobre el empoderamiento económico de las mujeres;
- el fomento de programas de formación laboral de las mujeres;
- la eliminación de la discriminación por razón de género en el empleo;
- la conciliación de las responsabilidades familiares y la promoción profesional de las mujeres;
- la promoción de la iniciativa empresarial de las mujeres;
- el fomento de la igualdad de acceso de las mujeres a la propiedad de la tierra y a los recursos;
- la mejora del acceso de las mujeres a la financiación.

PROMPERÚ

En consonancia con los instrumentos anteriores, la Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo (PROMPERÚ)*** viene impulsando el programa Ella Exporta, dedicado a capacitar a las mujeres empresarias en la gestión empresarial y de exportación. Desde el 2017, más de 100 mujeres empresarias han participado en capacitaciones sobre reglamentación, procedimientos y costos de exportación, acceso a financiación, responsabilidad social de las empresas, seguridad en el lugar de trabajo, marketing digital y negociaciones. El Perú también ha hecho un seguimiento de la integración de las participantes en el comercio para evaluar la eficacia del programa, que ha mostrado resultados positivos.

Ayuda para el Comercio

El Perú ha solicitado asistencia en el marco de la Ayuda para el Comercio con el objetivo de mejorar la participación de las mujeres en el comercio. Por ejemplo, el Perú está aplicando un programa financiado por el Programa de Ayuda Directa de Australia para desarrollar capacidades

de diseño de moda en el conglomerado textil y de confecciones de Gamarra y reforzar la capacidad de las empresas dirigidas por mujeres en este sector. En el marco del programa, las empresarias reciben formación en técnicas de diseño y gestión para mejorar su competitividad en los mercados internacionales.

El proyecto Mujeres en el Comercio para un Crecimiento Inclusivo y Sostenible, financiado por la Oficina de Facilitación del Comercio del Canadá y la Alianza Mundial para la Facilitación del Comercio, tiene como objetivo aumentar la participación de las mujeres en el comercio a través de tres líneas de actuación:

- el fortalecimiento de las capacidades de PROMPERÚ en materia de igualdad de género e inclusión social;
- el fortalecimiento de las capacidades de 113 empresas del sector agropecuario, de las cuales 86 están dirigidas por mujeres;
- la participación de 40 de esas empresas en ferias internacionales o misiones comerciales en el Canadá.

A fin de integrar el género en todas las políticas y programas del Perú, el Gobierno, con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), estudia actualmente cómo aplicar la perspectiva de género a su plan nacional de exportación para fomentar el acceso de las mujeres a las oportunidades comerciales.

* Véase https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/305292/ds_008_2019_mimp.pdf.

** Véase https://cdn.www.gob.pe/uploads/document/file/2035718/rm_196_2021_mimp.pdf.

*** Véase <https://institucional.promperu.gob.pe>.



Una agricultora andina comparte sus conocimientos sobre los cultivos indígenas de tubérculos en el Perú.

En primer plano: labor actual de los Miembros de la OMC sobre la Ayuda para el Comercio y el género

Durante los últimos cinco años, como parte de su labor en el marco de la OMC, los Miembros han examinado las cuestiones de género en los programas de Ayuda para el Comercio dentro del Grupo de Trabajo Informal sobre Comercio y Cuestiones de Género de la OMC, constituido el 23 de septiembre de 2020, que reúne a Miembros y observadores de la OMC con el objetivo de intensificar los esfuerzos para aumentar la participación de las mujeres en el comercio mundial.

El Grupo de Trabajo Informal reconoce el papel esencial de la Ayuda para el Comercio en el empoderamiento económico de las mujeres y lo ha establecido como uno de sus cuatro pilares de trabajo:

- compartir las mejores prácticas de eliminación de obstáculos a la participación de las mujeres en el comercio;
- intercambiar opiniones sobre la forma de aplicar una “perspectiva de género” a la labor de la OMC;
- examinar informes relativos a cuestiones de género elaborados por la Secretaría de la OMC;
- abordar la manera en que las mujeres podrían beneficiarse de la iniciativa de Ayuda para el Comercio.

La participación en el Grupo de Trabajo Informal va más allá de la recopilación de las mejores prácticas y del intercambio de experiencias. La finalidad de la labor conjunta de los Miembros y observadores de la OMC es integrar las cuestiones relacionadas con el género en la iniciativa de Ayuda para el Comercio para fomentar la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres.

Durante los debates específicos celebrados en 2021, los Miembros de la OMC examinaron los siguientes aspectos:

- el actual aumento de los donantes de asistencia para el desarrollo centrada en el comercio;
- los ámbitos de interés de la Ayuda para el Comercio relacionados con el género (por ejemplo, los programas centrados en la agricultura);
- los grupos destinatarios prioritarios de los programas de Ayuda para el Comercio (por ejemplo, las mujeres empresarias);
- los procesos de vigilancia y evaluación de los programas de Ayuda para el Comercio relacionados con el género;
- las prácticas de integración de la perspectiva de género en los programas de Ayuda para el Comercio.

Actualmente, el Grupo de Trabajo Informal consta de 125 Miembros de la OMC y de 7 Gobiernos observadores.



Empresa de construcción inmobiliaria, Addis Abeba (Etiopía).

* Véase más información en https://www.wto.org/spanish/tratop_s/womenandtrade_s/iwg_trade_gender_s.htm.

Empoderamiento económico de las mujeres en la Ayuda para el Comercio

Los países reconocen ampliamente que la Ayuda para el Comercio puede apoyar y reforzar la independencia económica y financiera de las mujeres, lo que a su vez contribuye al crecimiento económico mediante la creación de empleo, el aumento de los ingresos, la iniciativa empresarial y la diversificación económica. Las investigaciones del Banco Mundial y la OMC también demuestran ese vínculo y establecen que las empresas que comercian a nivel mundial o que participan en las cadenas de valor mundiales emplean a más mujeres y les ofrecen una mejor remuneración que las empresas circunscritas a los mercados nacionales (Banco Mundial/OMC, 2020). A este respecto, la Ayuda para el Comercio está llamada a desempeñar un importante cometido.

“La Ayuda para el Comercio puede apoyar y reforzar la independencia económica y financiera de las mujeres, lo que a su vez contribuye al crecimiento económico”.

Muchos programas de Ayuda para el Comercio se centran en los siguientes ámbitos (véanse más detalles en el cuadro 2):

- ámbitos específicos (por ejemplo, el desarrollo de infraestructuras, la facilitación del comercio, la preparación de las empresas para la exportación, el acceso a la financiación del comercio, la eliminación de la violencia contra las mujeres, la adaptación al cambio climático, el suministro de plataformas digitales);

- sectores económicos con una elevada proporción de mujeres trabajadoras (por ejemplo, vestido y textiles, turismo, agricultura);
- grupos específicos de mujeres (por ejemplo, mujeres empresarias, mujeres agricultoras).

La gran mayoría de los programas de Ayuda para el Comercio con un componente de género se dirigen a las mujeres empresarias y agricultoras, prestando apoyo en particular a las propietarias y administradoras de mipymes (der Boghossian, 2019).

Entre los beneficiarios objetivo en que se centró el ejercicio de vigilancia y evaluación se encontraban mujeres empresarias, pequeñas agricultoras y productoras de alimentos elaborados, así como comerciantes transfronterizos informales. Por ejemplo, Alemania apoya programas que promueven innovaciones sostenibles con perspectiva de género en el sector agroalimentario, lo que ayuda a las agricultoras a aumentar su escalabilidad y fomenta su capacidad comercial.

No es de extrañar que se preste especial atención a las pequeñas empresas y al sector agropecuario. Los datos de las encuestas regionales de la OMC realizadas a 800 mujeres empresarias en África Oriental, Asia Meridional y América Latina en 2019 y 2020 indican que el 46% de las empresas propiedad de mujeres suelen ser microempresas con menos de 10 empleados y que el 47% de las empresarias trabajan en la agricultura.²

Las mujeres desempeñan una función primordial en la agricultura: en África el 53% de las mujeres están empleadas en la agricultura; y en el sur de Asia la proporción es del 57%.³ Cerca de 58 millones de mujeres en las zonas rurales de América Latina y el Caribe se ocupan de la seguridad alimentaria y de la conservación de la biodiversidad.⁴

Además, respecto del apoyo futuro, algunos países en desarrollo adoptan un enfoque más innovador que involucra a las pequeñas empresarias. En el sector pesquero, por ejemplo, Madagascar concede prioridad a la transformación artesanal de los productos de la pesca; en el sector minero, el apoyo a las actividades extractivas se dirigirá preferentemente a las minas pequeñas y artesanales y se promoverá a las microempresas gestionadas por mujeres.

La escalabilidad de las actividades de las mujeres es también un futuro objetivo en el que se centrarán los países asociados. Por ejemplo, Lesotho dijo que la Ayuda para el Comercio debería centrarse más en apoyar a las mujeres en la transición de la agricultura de subsistencia a la agricultura comercial y en empoderarlas para que participen en las cadenas de suministro.

Creación de capacidad

Además de beneficiar a las mujeres empresarias y a las agricultoras, los programas de Ayuda para el Comercio se centran en la creación de capacidad en función de las necesidades de desarrollo de competencias de las mujeres (véase el recuadro 1).

Con el objetivo de potenciar la productividad, los programas inciden principalmente en los siguientes aspectos:

- cumplimiento de las normas de productos;
- mejora de la calidad de los productos;
- ampliación de los conocimientos financieros y digitales;
- aprendizaje de técnicas de gestión empresarial y acceso a la información sobre los procedimientos de despacho en frontera y las prescripciones en materia de licencias.

Recuadro 1

TradeMark East Africa

TradeMark East Africa, una organización de Ayuda para el Comercio sin ánimo de lucro constituida en 2010, ha elaborado programas para promover el empoderamiento económico de las mujeres en África Oriental mediante el aumento de los intercambios comerciales.

De su financiación total de 80 millones de dólares EE.UU., la organización ha dedicado alrededor de 15 millones de dólares EE.UU. a las mujeres empresarias, centrándose principalmente en las actividades de asistencia técnica y creación de capacidad. Sus proyectos tienen, entre otros, los siguientes objetivos:

- mejorar las competencias digitales y la gestión empresarial;
- proporcionar a las mujeres empresarias un mayor acceso a los mercados;
- facilitar información sobre prescripciones y procedimientos comerciales;
- ayudar a las mujeres comerciantes a obtener certificaciones de normas;
- promover medidas de facilitación del comercio.



Comerciante de productos frescos en Arusha (Tanzania).

La incorporación de la perspectiva de género en las estrategias de desarrollo es un proceso continuo, lo que obliga a actualizar con frecuencia las políticas. Algunas de las estrategias o planes de género citados por los encuestados han expirado recientemente o están a punto de finalizar. Por lo tanto, persiste la cuestión de cómo evaluar los efectos de esas medidas y de cómo integrar las lecciones de esa experiencia en futuros planes y estrategias (se examina en la última sección).

Sectores específicos

Muchos programas de Ayuda para el Comercio se dirigen a sectores específicos en los que se concentra la mano de obra femenina, como el vestido y los textiles en el Perú, las nueces de karité y la mantequilla de karité en Malí, la miel en Zambia y los anacardos en Burkina Faso.

Curiosamente, los programas se centran menos en el sector de servicios, en el que trabajan la mayoría de las mujeres⁵, aunque algunos países africanos aspiran a aumentar la participación de las mujeres en los servicios mediante la Ayuda para el Comercio.

El turismo es la excepción y constituye uno de los objetivos de los programas de Ayuda para el Comercio relacionados con el género. Tanto los países asociados como los donantes lo consideran un sector clave en el que la Ayuda para el Comercio puede prestar asistencia a las mujeres.

Según la Organización Mundial del Turismo, el 54% de las personas empleadas en el turismo son mujeres, y en algunos sectores las mujeres representan una proporción significativamente mayor (por ejemplo, en los hoteles y restaurantes; OMT, 2019). En un estudio del Banco Mundial (2017) se concluye lo siguiente:

“Más de la mitad de las empresas turísticas de Indonesia, Malasia, Filipinas y Tailandia están dirigidas por mujeres. En América Latina el 51% de las empresas turísticas están dirigidas por mujeres, más del doble de la proporción registrada en otros sectores. En Nicaragua y Panamá, más del

70% de los propietarios de empresas [en el sector del turismo] son mujeres, frente a poco más del 20% en otros sectores”.

La pandemia de COVID-19 ha devastado la industria turística. De hecho, los sectores en los que más empresas cerraron a nivel mundial como consecuencia de la pandemia de COVID-19 fueron los servicios de turismo y viajes (el 54%) y la hostelería y los servicios de eventos (el 47%), que suelen estar asociados al turismo (Facebook, 2021).

Las mujeres se han visto afectadas de forma desproporcionada por la pandemia de COVID-19, ya que poseen negocios o trabajan en sectores que requieren interacciones cara a cara y en sectores que sufrieron una brusca caída de la demanda, como el turismo, los textiles y el trabajo doméstico. También es más probable que las mujeres trabajen en empleos informales, peor remunerados, a los que difícilmente llegó la asistencia durante la pandemia. La Ayuda para el Comercio puede ser una poderosa herramienta para promover el empoderamiento económico de las mujeres y, por lo tanto, para acelerar la recuperación tras la COVID.

En este contexto, algunos países promueven proyectos turísticos innovadores con visión de futuro. Por ejemplo, un proyecto de turismo rural en Santa Lucía trata de diversificar el turismo hacia las comunidades rurales, poniendo en valor y mejorando los ecosistemas naturales existentes. El objetivo del proyecto es proporcionar medios de vida a las mujeres y a los jóvenes, potenciando al mismo tiempo sus capacidades y competencias profesionales en el sector de servicios.

Liderazgo de las mujeres en el diseño de programas de Ayuda para el Comercio

No basta con elaborar programas con una dimensión de género. A fin de maximizar las iniciativas de Ayuda para el Comercio relacionadas con el género, las mujeres deben formar parte del proceso de adopción

de decisiones en el diseño, la ejecución, la vigilancia y evaluación y el balance de los resultados de los programas.

Este punto se pone de relieve por primera vez en el ejercicio de vigilancia y evaluación de 2022. La promoción de las mujeres a puestos de liderazgo en los ámbitos público y privado es esencial para que la igualdad de género se integre de manera significativa en la formulación de políticas y en la adopción de decisiones. La diversidad de género en los órganos decisorios promueve los intereses de las mujeres y los niños y genera mayor confianza pública (OCDE/CAWTAR, 2014). La igualdad y la diversidad de género también pueden reportar beneficios adicionales a las organizaciones, ayudándolas a mejorar el rendimiento y la productividad.

“A fin de maximizar las iniciativas de Ayuda para el Comercio relacionadas con el género, las mujeres deben formar parte del proceso de adopción de decisiones”.

Una empresaria de Comoras dirige una destilería de ilang-ilang con productos ecológicos como aceites esenciales, lociones y tónicos.



Cuadro 2: Empoderamiento económico de las mujeres en la Ayuda para el Comercio

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
África	
Benin	La Ayuda para el Comercio puede promover el empoderamiento económico de las mujeres mediante un comercio inclusivo en aras de un desarrollo sostenible y: ▪ el desarrollo de una infraestructura y logística adecuadas ▪ la creación de capacidad de producción y comercio ▪ la facilitación del comercio y la inversión
Lesotho	La Ayuda para el Comercio debería centrarse más en apoyar a las mujeres en la transición de la agricultura de subsistencia a la agricultura comercial y en empoderarlas para que participen en las cadenas de suministro
Madagascar	El apoyo debería dar prioridad a la elaboración artesanal de productos pesqueros y mineros y promover las mipymes gestionadas por mujeres
Togo	Muchos programas (por ejemplo, el Fondo Nacional de Financiación Inclusiva) incluyen componentes de empoderamiento económico de las mujeres Las iniciativas están destinadas a reforzar el diálogo entre los sectores público y privado para apoyar las iniciativas con perspectiva de género, que incluyen un mecanismo de vigilancia y evaluación con indicadores específicos
Asia y el Pacífico	
Fiji	La Ayuda para el Comercio puede apoyar el empoderamiento económico creando un entorno propicio para que las mujeres participen en la economía
Indonesia	Las cuestiones relativas a la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres se incluyen en la estrategia de desarrollo La Instrucción Presidencial N° 9/2000 sobre la Incorporación de la Perspectiva de Género obliga a los ministerios y a las administraciones locales a aplicar la incorporación de la perspectiva de género en las estrategias de desarrollo Se está elaborando una estrategia nacional de incorporación de la perspectiva de género, que incluirá una planificación y una previsión presupuestaria sensibles a las cuestiones de género
Pakistán	La Ayuda para el Comercio puede suplir las carencias técnicas o de conocimientos que tenga un país en desarrollo para aprovechar el verdadero potencial económico de las mujeres
América Latina y el Caribe	
Santa Lucía	El desarrollo de la capacidad debe ser un medio para alcanzar un fin, de manera que las oportunidades prácticas de comercio se incorporen a la ayuda para aumentar la sostenibilidad de la formación
Donantes	
Alemania	Alemania apoya programas que promueven innovaciones sostenibles con perspectiva de género en el sector agroalimentario Ayuda a las agricultoras a aumentar su escalabilidad mediante la innovación y fomenta su capacidad comercial
República de Corea	El empoderamiento económico de las mujeres es uno de los programas más importantes y prioritarios para lograr la igualdad de género El comercio es uno de los medios más importantes y prioritarios para lograr el empoderamiento económico de las mujeres

Categorías de los programas de Ayuda para el Comercio relacionadas con el género

En el ejercicio de vigilancia y evaluación de 2022, los programas de Ayuda para el Comercio se dividen actualmente en dos categorías de proyectos: los que incluyen una perspectiva de género entre otros objetivos y los que se centran principalmente en el empoderamiento de las mujeres. La gran mayoría de los proyectos pertenecen a la primera categoría.

En la respuesta del Reino Unido al ejercicio de vigilancia y evaluación se resume la forma en que los países en desarrollo y los donantes integran el género en su programa. El Reino Unido pone de relieve que la Ayuda para el Comercio, sin lugar a duda, contribuye a movilizar fondos para el empoderamiento económico de las mujeres y señala que todos los fondos de Ayuda para el Comercio deben tener al menos una consideración de género. Eso significa que deben al menos complementar las actividades de empoderamiento económico de las mujeres, aunque no se centren por completo en ese aspecto (como es el caso de algunos).

Sin embargo, la Ayuda para el Comercio abarca una amplia gama de programas. Algunos se ejecutan en colaboración con los Gobiernos, como ocurre con muchos proyectos de infraestructuras relacionadas con el comercio; otros se dirigen a determinados grupos de mujeres, a menudo empresarias, como los programas de apoyo a empresas dirigidas por mujeres en la preparación de productos para la exportación. Otros programas se asocian con empresas del sector privado en los países donantes para ejecutar proyectos.

Una comprensión y categorización más precisas de los tipos de programas de Ayuda para el Comercio que se centran en las mujeres ayudaría a los países a orientar mejor sus programas. A continuación, se enumeran algunas categorías comunes de programas:

- desarrollo de infraestructuras;
- facilitación del comercio;
- preparación de las empresas para la exportación;
- acceso a la financiación del comercio;
- eliminación de la violencia contra las mujeres;
- adaptación al cambio climático;
- disponibilidad de plataformas digitales.

Además de esas categorías, en el cuadro 3 se recogen los elementos que definen los programas de Ayuda para el Comercio.

Desarrollo de infraestructuras

Algunos países asociados vinculan la Ayuda para el Comercio con el desarrollo de infraestructuras, ya que este puede tener un importante impacto indirecto en el desarrollo económico de las mujeres (véase el recuadro 2). En las respuestas al cuestionario se mencionan algunas iniciativas en ese sentido (véanse más detalles en el cuadro 4):

- mejora del empoderamiento económico de las mujeres mediante un acceso constante a los servicios básicos, como el agua, la electricidad y el saneamiento en el lugar de trabajo (Mali);
- aumento de la participación de las mujeres en los servicios digitales prestados a empresas mediante la creación de una infraestructura digital adecuada (Lesotho);
- fomento del comercio inclusivo mediante el desarrollo de infraestructuras a través de la Ayuda para el Comercio (México).

Facilitación del comercio

La facilitación del comercio mediante procedimientos simplificados puede ayudar a las mujeres empresarias. Si los procedimientos en frontera son claros y predecibles, los funcionarios que intervienen disponen de un menor margen de discrecionalidad.

Los procedimientos en frontera onerosos y poco transparentes afectan más a las pequeñas empresas que a las grandes cuando se exige el manejo de reglamentos difíciles y opacos. Dado que las mipymes tienden a ser propiedad de mujeres y a estar gestionadas por mujeres, estas suelen encontrarse en desventaja a la hora de hacer frente a los elevados costos de tiempo y dinero derivados de las complejas

prescripciones en materia de comercio (Korinek *et al.*, 2021).

Muchos donantes dedican sus programas de Ayuda para el Comercio a la facilitación del comercio. Por ejemplo, Alemania apoya la facilitación del comercio en la frontera de Mwami-Mchinji entre Malawi y Zambia con un proyecto que promueve la sensibilización de los agentes de frontera en cuestiones de género. Algunos países asociados, como la República Democrática del Congo, también tienen la intención de aplicar una perspectiva de género, destinando el futuro apoyo al empoderamiento económico de las mujeres a la creación de capacidad en el ámbito de la facilitación del comercio.

Cuadro 3: Categorización de los programas de Ayuda para el Comercio

Categoría	Ejemplos de programas de Ayuda para el Comercio existentes
Sector de actividad	Agricultura Vestido y textiles Turismo Multisectorial
Ámbito de intervención	Infraestructura comercial y económica Facilitación del comercio Preparación de las empresas para la exportación Acceso a la financiación Plataformas de redes digitales Violencia contra las mujeres Mujeres en puestos directivos
Grupos objetivo	Mujeres empresarias Mujeres agricultoras Mujeres y niñas
Calendario	Periodo de la actividad de Ayuda para el Comercio
Donante	País Organización internacional Organismo
Asociado	País Grupo de países Entidad subnacional
Método de desembolso de ayuda	Donación Préstamo Asistencia técnica

Recuadro 2

Proyecto “Mercados para el Cambio” (M4C)

M4C es un proyecto de ONU Mujeres en colaboración con el PNUD. Está financiado principalmente por Australia y se amplió para incluir el apoyo del Canadá.

El objetivo de la iniciativa, de seis años de duración (2014-2020), era velar por que los mercados de las zonas rurales y urbanas de Fiji, las Islas Salomón y Vanuatu fueran entornos seguros, inclusivos y no discriminatorios, que promovieran la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres.

Esos mercados, en los que predominan las vendedoras, ofrecen importantes oportunidades de trabajo productivo y sostenible para las mujeres.

Fuente : Texto adaptado de <https://www.undp.org/pacific/projects/markets-change-project>.

Preparación de las empresas para la exportación

Algunos programas subsanan la falta de conocimientos de las mujeres empresarias facilitándoles el acceso a la información sobre los procedimientos de despacho en frontera, las prescripciones en materia de licencias y la forma de beneficiarse del acceso a los mercados en virtud de los acuerdos comerciales. En algunos casos, eso se traduce en la armonización de los productos locales con las normas internacionales y en la ayuda a las empresas a obtener certificaciones (véase el recuadro 3).

Otros programas prestan servicios de promoción de las exportaciones de mujeres comerciantes en el extranjero mediante la participación en las cadenas de suministro y en los canales de distribución. Por ejemplo, el Foro de Cooperación Económica de Asia y el Pacífico ha diseñado un conjunto de herramientas para que los organismos de fomento de las exportaciones aumenten su sensibilidad ante las cuestiones de género.

Acceso a la financiación del comercio

El acceso a la financiación del comercio, como las garantías y las cartas de crédito, es un obstáculo al que se enfrentan las mujeres empresarias. La financiación del comercio subsana el déficit financiero entre el momento de la contratación de bienes o servicios y el momento del pago posterior a la entrega.⁶

Aunque el 100% de las empresas dirigidas por mujeres que solicitan financiación del comercio tienen acceso a instituciones financieras formales (por ejemplo, una cuenta bancaria), solo el 18% de ellas reciben suficiente financiación del comercio (BAsD, 2016b). La Corporación Financiera Internacional (CFI), que forma parte del Grupo Banco Mundial, estima que la diferencia entre el crédito solicitado por las mipymes propiedad de mujeres y la financiación recibida es de alrededor de 1,7 billones de dólares EE.UU.⁷

De hecho, Kim *et al.* (2019) constatan que:

“Las empresas propiedad de mujeres tienen aún más dificultades para acceder a la financiación. Entre las empresas propiedad de mujeres encuestadas, la tasa media de denegación de sus propuestas de financiación era del 44%, en comparación con el 38% de las empresas de propiedad masculina. Tras la denegación, las empresas propiedad de mujeres eran menos propensas a buscar otras fuentes de financiación, ya fueran formales o informales”.

La Ayuda para el Comercio puede ser un instrumento importante para movilizar fondos en apoyo del empoderamiento económico de las mujeres, al poner en contacto a las empresarias con los financieros (véase el recuadro 4).

Eliminación de la violencia contra las mujeres

Uno de los principales objetivos de desarrollo para muchos países es la eliminación de la

violencia de género. La violencia contra las mujeres en general, incluido el matrimonio infantil y otras prácticas nocivas, y en particular durante la actividad comercial (por ejemplo, en frontera) se está integrando como una cuestión clave en las estrategias de los países.

Un claro objetivo de desarrollo para la República Democrática del Congo es la eliminación de la violencia y los abusos sexuales que sufren las mujeres, especialmente en las fronteras. Madagascar, en el marco de su estrategia de género, se propone reforzar el empoderamiento de las mujeres y mejorar su protección contra la violencia de género. En el Pakistán se están adoptando medidas jurídicas de lucha contra la discriminación en el lugar de trabajo, entre ellas la figura del Defensor de la Mujer, la Ley de Acoso en el Lugar de Trabajo y la Ley de Protección de las Mujeres contra la Violencia. Tanzania cuenta con un servicio de mensajería de texto para que las comerciantes puedan denunciar el acoso por razón de género (se recogen otros ejemplos en los estudios de casos de Colombia y el Perú).

Recuadro 3

Programa de Mejora del Acceso a los Mercados (MARKUP)

MARKUP es una iniciativa de desarrollo regional establecida y financiada por la Unión Europea en el marco de la Ayuda para el Comercio. Presta apoyo a las pymes de la Comunidad de África Oriental (CAO) con la finalidad de respaldar el aumento de las exportaciones de las agroindustrias y los productos hortícolas y de promover la integración regional y el acceso a los mercados europeos.

El programa apoya a las pymes para que mejoren la calidad de sus productos, adaptándolos a las normas internacionales y a las medidas sanitarias y fitosanitarias. De ese modo, las agroindustrias de la CAO se benefician de mayores oportunidades de negocio tanto en los mercados de África Oriental como en los europeos. La inclusión de las mujeres y los jóvenes en el comercio es un factor crucial para el éxito de MARKUP.

Fuente : Texto adaptado de <https://www.eacmarkup.org>.

Varios donantes incorporan también esta cuestión en sus programas y proyectos relacionados con el comercio. Los Países Bajos han elaborado en Sudán del Sur un programa que incluye actividades de creación de capacidad para aumentar los ingresos comerciales de las mujeres y ampliar su capacidad de participación en el comercio, promoviendo al mismo tiempo sus derechos y reduciendo su vulnerabilidad a la violencia y la explotación.

El Servicio Australiano de Financiación de Infraestructura para el Pacífico vincula el desarrollo de infraestructuras con el empoderamiento económico de las mujeres y exige que, en el marco de los proyectos, se adopten medidas para identificar y subsanar las limitaciones a que se enfrentan las mujeres, tratando de poner fin a toda forma de violencia contra las mujeres y las niñas, especialmente a través de empleos y servicios libres de acoso sexual, entre otros objetivos.

Este planteamiento, del que se ha informado recientemente en el marco del ejercicio de vigilancia y evaluación, puede ser una respuesta al aumento de la violencia contra las mujeres en los dos últimos años, durante la pandemia de COVID-19, y su colosal costo económico.

Según la herramienta COVID-19 Global Gender Response Tracker del PNUD, el 17% de todas las medidas de alivio adoptadas por los Gobiernos para mitigar el impacto de la COVID-19 en las mujeres se dirigen específicamente a combatir la violencia contra ellas.⁸ Según ONU Mujeres, el costo de esa violencia a nivel mundial ascendió a 1,5 billones de dólares EE.UU., lo que representaba aproximadamente el 2% del PIB mundial.⁹ En un estudio publicado por el Fondo Monetario Internacional sobre la situación en África Subsahariana, Ouedraogo y Stenzel (2021) observan que “un aumento de la proporción de mujeres sujetas a la violencia en un punto

Recuadro 4

Iniciativa “Banking on Women” - Programa Mundial de Financiación del Comercio

Con el fin de aumentar la financiación del comercio para las empresas propiedad de mujeres y dirigidas por mujeres en los países en desarrollo, el programa “Banking on Women” de la CFI se asoció con Goldman Sachs para crear la iniciativa “Banking on Women” - Programa Mundial de Financiación del Comercio.

Se trata de un programa destinado a reducir las diferencias de género en la financiación del comercio con medidas como las siguientes:

- creación de incentivos para que más de 240 bancos asociados en más de 80 mercados emergentes aumenten la financiación a las mujeres empresarias exportadoras e importadoras;
- estímulos para que los bancos asociados comprendan y atiendan mejor a las pymes propiedad de mujeres*, lo que reporta beneficios comerciales a las instituciones financieras.

Se han emitido 120 millones de dólares EE.UU. en préstamos y garantías de préstamos en el marco de la iniciativa desde su creación en 2019. Los bancos de los mercados emergentes que conceden préstamos a pymes propiedad de mujeres o dirigidas por mujeres** se benefician de

una rebaja de 20 puntos básicos en los fondos que perciben de la CFI para esos préstamos (si se trata de préstamos financiados por encima de los 100 puntos básicos anuales).

La iniciativa ha puesto de manifiesto una serie de dificultades para proporcionar financiación comercial a las pymes propiedad de mujeres, a saber:

- Los bancos no necesariamente están especializados en la financiación del comercio y no siempre atienden esos préstamos a corto plazo. Los bancos tienden a ceñirse a un conjunto tradicional de requisitos de garantía que podrían ser más apropiados para los préstamos a largo plazo. Las mujeres a menudo no pueden presentar las garantías necesarias para esos préstamos, en algunos países debido a obstáculos jurídicos o reglamentarios, como los títulos de propiedad o de otro tipo que no reflejan su propiedad.
- Se han documentado muchos casos de prejuicios contra las mujeres en algunos empleados bancarios, especialmente cuando la iniciativa empresarial de las mujeres pone en cuestión las normas sociales tradicionales.
- Las empresas propiedad de mujeres y dirigidas por mujeres tienden a ser más pequeñas, y los bancos no siempre están en condiciones de proporcionar los préstamos de financiación del comercio de pequeña cuantía que ellas solicitan.

Además, desde el inicio de la pandemia de COVID-19, las instituciones financieras se muestran más reacias al riesgo. La iniciativa “Banking on Women” - Programa Mundial de Financiación del Comercio también ha contribuido a la investigación sobre la magnitud de las diferencias de género en la financiación, y sobre los obstáculos a que se enfrentan las mujeres para acceder a la financiación del comercio.^{***}

* Se aplican los siguientes criterios: que el importe de la garantía de la CFI sea de hasta 2 millones de dólares EE.UU.; o bien, cuando la garantía de la CFI sea superior a 2 millones de dólares EE.UU., que la pequeña y mediana empresa beneficiaria/solicitante dirigida por mujeres cumpla dos de tres criterios (menos de 300 empleados; patrimonio neto inferior a 15 millones de dólares EE.UU.; facturación anual inferior a 15 millones de dólares EE.UU.).

** Se definen como empresas en que una o varias mujeres poseen el 51% de las participaciones, o en que una o varias mujeres poseen el 20% de las participaciones si al menos una mujer es directora ejecutiva o directora de operaciones (presidenta/vicepresidenta), y al menos el 30% del consejo de administración, si este existe, está compuesto por mujeres.

*** Véase https://www.wto.org/spanish/tratop_s/womenandtrade_s/think_up_1_s.htm.

porcentual puede reducir las actividades económicas [...] hasta en un 8%”.

Con el fin de hacer frente a la violencia contra las mujeres que participan en actividades comerciales y en las fronteras, la Organización Mundial de Aduanas ha elaborado un conjunto de actividades de formación que incluye un módulo de aprendizaje en línea dirigido a los funcionarios de aduanas y que se centra en la sensibilización general sobre la igualdad de género y en cómo integrar la perspectiva de género en las prácticas cotidianas.¹⁰

Adaptación al cambio climático

Muchos donantes integran las cuestiones de género en los programas relacionados con las energías renovables y el cambio climático. En el caso de algunos países asociados muy afectados por las perturbaciones ambientales, como Samoa, la Ayuda para el Comercio puede contribuir a la adaptación al cambio climático mediante el apoyo a las mujeres empresarias y a las pequeñas agricultoras.

Disponibilidad de plataformas digitales

La pandemia de COVID-19 ha puesto de relieve la importancia de las plataformas digitales y el comercio electrónico. Durante la pandemia, las pymes “que registraron una mayor proporción de ventas digitales también tenían más probabilidades de haber registrado un sólido volumen de negocio” (Facebook, 2021).

Tanto las redes formales como las informales pueden proporcionar información valiosa y la posibilidad de conocer a clientes y proveedores. Ese conocimiento resulta especialmente útil cuando se realizan actividades comerciales en un entorno extranjero sujeto a condiciones reglamentarias diferentes. Sin embargo, las mujeres empresarias suelen tener menos redes comerciales y de carácter más superficial. Algunas de esas deficiencias pueden subsanarse si se habilita una plataforma para que las empresarias se relacionen con clientes y proveedores de bienes y servicios.

Algunos programas de Ayuda para el Comercio proporcionan redes y plataformas digitales en las que se ofrecen diversos servicios, además de poner en contacto a compradores y proveedores. También se imparten cursos de alfabetización digital, un ámbito en el que persisten las diferencias de género, especialmente en los mercados en desarrollo y emergentes.

De hecho, una plataforma digital de creación de redes puede servir como herramienta e integrarse en los programas de Ayuda al Comercio, o puede ser un proyecto de Ayuda para el Comercio en sí misma. Dado que la creación de redes de cooperación representa un problema para muchas empresarias, proporcionar esas redes digitales subsana una dificultad de exportación (véase el recuadro 5).

Debate sobre las perspectivas de género en un programa de desarrollo comunitario dirigido a agricultores en Indonesia.



Cuadro 4: Categorías de los programas de Ayuda para el Comercio relacionadas con el género

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
África	
Lesotho	Utilización de la infraestructura digital como medio para mejorar el empoderamiento económico de las mujeres, especialmente aumentando su participación en los servicios digitales prestados a empresas
Madagascar	Estrategia de género y de desarrollo para reforzar el empoderamiento económico de las mujeres y mejorar su protección contra la violencia de género
Mali	La Ayuda para el Comercio puede promover el empoderamiento económico de las mujeres facilitando un acceso constante a los servicios básicos en el lugar de trabajo (es decir, agua, electricidad, saneamiento), lo que puede mejorar la producción y la productividad de las mujeres
República Democrática del Congo	Objetivo de eliminar la violencia y los abusos sexuales que sufren las mujeres, especialmente en las fronteras
Asia y el Pacífico	
Pakistán	Adopción de medidas jurídicas para asegurar la no discriminación con respecto a las condiciones de empleo o la ocupación
Donantes	
Banco Interamericano de Desarrollo	La plataforma Mujeres ConnectAmericas permite a las mujeres empresarias conectarse y explorar oportunidades de negocio e intercambiar información pertinente
Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico	Diseñó un conjunto de herramientas para que los organismos de fomento de las exportaciones aumenten su sensibilidad ante las cuestiones de género
Países Bajos	Elaboró un programa en Sudán del Sur que incluye actividades de creación de capacidad para aumentar los ingresos comerciales de las mujeres y su capacidad de participación en el comercio, y promover sus derechos, reduciendo al mismo tiempo su vulnerabilidad a la violencia y la explotación.
TradeMark East Africa	Estableció un servicio de mensajería de texto para que las comerciantes de Tanzania puedan denunciar el acoso por razón de género

Recuadro 5

Plataforma Mujeres ConnectAmericas

En 2014 el BID creó la plataforma empresarial en línea ConnectAmericas para facilitar el acceso de las mipymes a los mercados internacionales y a nuevas oportunidades de negocio.* Empresas de todo el mundo pueden adherirse a ConnectAmericas. Sin embargo, la plataforma se concibió para favorecer la internacionalización de las empresas con sede en América Latina y el Caribe.

Las empresas con sede en la Argentina, el Brasil, Colombia, México y el Perú representan la mayoría de los participantes. Los servicios, los alimentos y las bebidas, y los textiles, la joyería y los accesorios son los sectores en los que operan la mayoría de las empresas de ConnectAmericas.

En el marco de este programa general, el BID ha desarrollado la plataforma Mujeres ConnectAmericas, centrada específicamente en las mujeres propietarias y directivas de empresas y en la eliminación de las diferencias de género en el acceso a los mercados internacionales. Dentro de la plataforma, algunos círculos económicos se dirigen específicamente a subgrupos de mujeres empresarias, como la Comunidad de Mujeres Empresarias de la Alianza del Pacífico, con más de 1.200 participantes, y Women in Business, con más de 650 participantes.

La proporción de empresas propiedad de mujeres que participan en la plataforma aumentó del 30% en 2014 a casi el 45% en 2021, con 10 millones de usuarias únicas en más de 200 países. El objetivo de la plataforma abarca los siguientes aspectos:

- creación de capacidad y mejoras de la producción para facilitar el acceso de las mujeres empresarias al comercio exterior y a las cadenas de valor;
- uso y adopción de tecnologías de la información y la comunicación para propiciar la transformación y optimización de los procesos empresariales;
- mejora de la gestión financiera para facilitar el acceso de las empresas a la financiación.

Las empresas propiedad de mujeres son más frecuentes en línea en ConnectAmericas que en otras plataformas comparables pertinentes fuera de línea. Este dato concuerda con resultados similares de investigaciones realizadas en países de la OCDE sobre empresas dirigidas por mujeres que utilizan las páginas de negocios de Facebook/Meta al menos tanto como los hombres (Korinek *et al.*, 2021).

Además de proporcionar una plataforma de creación de redes de cooperación que conecta a las empresas con posibles clientes y proveedores, Mujeres ConnectAmericas ofrece formación y recursos empresariales en línea. Más de 100.000 mujeres han recibido formación a través de los recursos en línea; el 49% de los participantes en los 12 eventos de búsqueda de contactos empresariales organizados en 2021 eran mujeres.

En el marco de la plataforma Mujeres ConnectAmericas, el BID también ha puesto en marcha el programa Creciendo Juntas en las Américas, que ofrece recursos de formación y desarrollo empresarial en línea, así como tutoría a cargo de asociados del sector privado y especialistas del sector. En este programa también se presentan historias y casos de éxito de mujeres empresarias. La iniciativa se desarrolló durante la pandemia de COVID-19 con los siguientes objetivos:

- facilitar el comercio y la participación en las cadenas de valor mundiales;
- favorecer el uso y la adopción de tecnologías digitales para optimizar los procesos empresariales, mejorar la gestión financiera y facilitar el acceso a la financiación.

La plataforma Mujeres ConnectAmericas es también una fuente de información sobre las mujeres empresarias y las dificultades a que se enfrentan. Los Gobiernos podrían utilizar esos valiosos datos para diseñar y aplicar políticas comerciales y de género más eficaces.

* See <https://blogs.iadb.org/integration-trade/en/can-online-platforms-encourage-women-owned-firms-in-international-trade-in-the-case-of-connectamericas-yes/>.

Limitaciones de la Ayuda para el Comercio y alineación de donantes y asociados

La financiación de la Ayuda para el Comercio está en consonancia con las prioridades y los objetivos de los países en desarrollo en materia de empoderamiento económico de las mujeres, tal como se definen en sus estrategias de desarrollo e instrumentos de política (véanse más detalles en el cuadro 5).

“Los desembolsos en el marco de la Ayuda para el Comercio que incluyen el género como objetivo aumentaron de 4.000 millones de dólares EE.UU. a 18.000 millones de dólares EE.UU. entre 2011 y 2020”.

En la investigación para la publicación conjunta de la OCDE y la OMC “La Ayuda para el Comercio en síntesis 2022”, en preparación, se constata que los desembolsos en el marco de la Ayuda para el Comercio de los donantes bilaterales que incluyen el género como un objetivo significativo aumentaron de 4.000 millones de dólares EE.UU. a 18.000 millones de dólares EE.UU. entre 2011 y 2020.

A tenor de las respuestas al cuestionario, las cuatro limitaciones más comúnmente reconocidas a las que se enfrentan las mujeres y que se abordan en los programas son las siguientes:

- el acceso a la financiación;
- el empleo informal;
- el acceso a los servicios digitales;
- acceso a la información.

Además, los donantes consideran que el trabajo de cuidados no remunerado y el empleo no remunerado representan obstáculos para las mujeres. Sin embargo, los países asociados no sitúan esta cuestión en un lugar destacado de su lista de obstáculos. Del mismo modo, el 70% de los donantes, pero solo el 30% de los asociados, consideran que la brecha salarial entre hombres y mujeres es un obstáculo.

Las disparidades en la intervención de política y en la programación de la Ayuda para el Comercio podrían debilitar la eficacia de alguna iniciativa, dado que los programas están impulsados por la demanda. Benín pone de relieve que la Ayuda para el Comercio se deriva de los principios contenidos en la Declaración de París sobre la Eficacia de la Ayuda¹¹ y de las prioridades del país en su estrategia de desarrollo. Si no se abordan adecuadamente las disparidades, los países asociados podrían buscar en otra parte la solución a algunas de las cuestiones que consideran más importantes, y los donantes seguirían una orientación diferente.

Cuadro 5: Limitaciones de la Ayuda para el Comercio y alineación de donantes y asociados

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
África	
Mali	La lucha contra la pobreza femenina, la cooperación comercial internacional, la promoción del liderazgo femenino y la asociación público-privada son las principales razones para movilizar fondos destinados al empoderamiento económico de las mujeres El apoyo prestado corresponde efectivamente a los objetivos y prioridades comerciales de las mujeres
Donantes	
Unión Europea	Las prioridades solo pueden identificarse tras un análisis contextual exhaustivo y las intervenciones se rigen por los principios de eficacia del desarrollo, como la adaptación a las prioridades nacionales y la coordinación de los donantes
Eslovenia	En consonancia con los principios de eficacia de la cooperación para el desarrollo, las ayudas a los proyectos surgen de las necesidades de los asociados y se ejecutan en estrecha colaboración con los asociados locales, lo que favorece la adhesión

No obstante, en este capítulo se pone de manifiesto que las cuestiones de género están ampliamente incluidas en las estrategias de Ayuda para el Comercio, y que el vínculo entre la Ayuda para el Comercio y el género es muy sólido tanto para los donantes como para los asociados. La mayoría de los países en desarrollo están de acuerdo en que la Ayuda para el Comercio puede contribuir a eliminar los obstáculos que detectan. Tanto los donantes como los asociados consideran que la Ayuda para el Comercio puede facilitar el acceso de las mujeres a la financiación y al crédito, fomentar la iniciativa empresarial femenina y el desarrollo de las empresas a través de los vínculos con el mercado, y apoyar el acceso de las mujeres al desarrollo de competencias y a la creación de capacidad en materia de comercio.

Sin embargo, las perspectivas de algunos donantes divergen de esa línea. Austria, por ejemplo, explica que la Ayuda para el Comercio

tiene una utilidad muy limitada con respecto al empoderamiento económico de las mujeres, si bien podría promover un mejor acceso al capital.

Se observa asimismo coincidencia entre los países asociados y los donantes en cuanto a las perspectivas futuras sobre la Ayuda al Comercio y el género. Por lo que se refiere al apoyo sectorial, la mayoría de los países han establecido que la Ayuda para el Comercio debe centrarse en la agricultura, la pesca, la moda artesanal y el vestido, así como en el comercio electrónico y los servicios digitales. Algunos señalan el también turismo. Muchos de estos sectores presentan altos niveles de empleo femenino.

En cambio, los países asociados mencionan también como futuras prioridades el suministro de energía, la infraestructura de comunicación y la educación y formación comercial, que no figuran en la lista de los donantes.



OPINIÓN EXPERTA

La importancia de la recopilación de datos para las políticas comerciales con perspectiva de género

Por Annette Ssemuwemba, Directora Ejecutiva Adjunta de la Secretaría Ejecutiva del Marco Integrado mejorado (MIM)

La programación inclusiva ha sido fundamental en las intervenciones de Ayuda para el Comercio del MIM en los países menos adelantados (PMA). Esta tendencia surge del reconocimiento de que los beneficios del comercio se amplifican cuando generan oportunidades para las mujeres y los jóvenes y permiten la integración de las microempresas y pequeñas y medianas empresas (mipymes) en el comercio mundial.

La iniciativa “Empoderar a las mujeres, potenciar el comercio” del MIM, emprendida en 2019, demuestra nuestro compromiso con el empoderamiento económico de las mujeres a través de un conjunto de resultados definidos sobre políticas y capacidad productiva. Uno de los pilares de la iniciativa es la creación de una base de datos empíricos para apoyar las políticas con perspectiva de género.

En el marco del ejercicio conjunto de vigilancia y evaluación de la OCDE y la OMC, se ha observado que la integración de la perspectiva de género en las estrategias nacionales es un proceso continuo. Eso es un reflejo de nuestra labor en curso, que consiste en asociarnos con los Gobiernos de los PMA para formular y aplicar políticas y reglamentos comerciales que tengan en cuenta las cuestiones de género, así como en mejorar la recopilación de datos comerciales desglosados por género.

Las mejores políticas se basan en análisis empíricos, pero puede resultar complicado formularlas en contextos donde no se dispone de datos. Desde 2019, el análisis de género se integra en los trabajos analíticos emblemáticos del MIM, sus estudios de diagnóstico sobre la integración comercial (EDIC), a partir de los cuales se construye una base de datos comerciales desglosados por género que puede fundamentar los procesos de formulación de políticas en los propios países.

La recopilación de datos surge no solo de la investigación y el análisis, sino también del intercambio de experiencias. Por ejemplo, el apoyo del MIM se ha dirigido a sectores en los que predominan las mujeres, para que las empresas de propiedad femenina puedan expandirse y acceder a nuevos mercados regionales y mundiales. A tenor de las respuestas al ejercicio de vigilancia y

evaluación, generalmente se reconoce que esos esfuerzos se traducen en el fortalecimiento de la independencia económica y financiera de las mujeres.

Los datos obtenidos resultan útiles cuando los Gobiernos de los PMA tienen que formular políticas y marcos reglamentarios relacionados con el comercio. No obstante, como se subraya en el ejercicio, se trata de un proceso continuo.

El comercio electrónico, que surgió como un terreno particularmente fértil para profundizar en la inclusión del comercio, ha prosperado sobre todo en los últimos dos años gracias a la COVID-19. La transformación digital tiene la capacidad de ocasionar un efecto asimismo transformador en las mujeres empresarias. Los datos ya indican los impresionantes avances logrados por las mujeres y los jóvenes en el frente del comercio electrónico durante los últimos años. Un ejemplo de ello es la formación impartida por el FEI y la Comisión Económica y Social para Asia y el Pacífico a las empresarias del sudeste asiático en materia de comercio electrónico. Así pues, los responsables de la formulación de políticas deben prestar atención a esos resultados, pero a tal efecto los investigadores y los asociados para el desarrollo también han de compartir sus datos y conocimientos adquiridos.

El ejercicio de vigilancia y evaluación encabezado por la OMC y la OCDE es un excelente ejemplo de creación de conjuntos de datos que contribuyen a impulsar las políticas de Ayuda para el Comercio, pero también informa a los países menos adelantados y a los desarrollados sobre las actuaciones que han funcionado, y las que no, en otros países y contextos.

De cara al futuro, seguir recabando datos que ayuden a incorporar la perspectiva de género en la política comercial y en los marcos reglamentarios debería seguir siendo una prioridad para todos. Por nuestra parte, el MIM seguirá compartiendo los resultados y frutos de la experiencia, procurará que la recopilación de datos desglosados por género sirva de base para el aprendizaje, y reforzará las asociaciones que promueven la actividad comercial de las mujeres.

Dificultades para integrar el género en la Ayuda para el Comercio

Escasez de datos comerciales desglosados por sexo

Algunos donantes y países asociados han indicado que la falta de datos comerciales desglosados por sexo es una dificultad fundamental para diseñar los proyectos de Ayuda para el Comercio centrados en las mujeres. Muchos países todavía no han recopilado esos datos, aunque la cuestión está empezando a cobrar impulso. Las respuestas al cuestionario indican que en general los Gobiernos recopilan efectivamente datos desglosados por sexo en diversas esferas de las intervenciones de política, entre otras, de las siguientes fuentes (véase más información en el cuadro 6).

- informes periódicos de los ministerios encargados de las cuestiones relativas a la mujer;
- registros de las actividades de creación de capacidad;
- encuestas nacionales sobre la productividad y la competitividad de las mipymes;
- registros sobre la situación de las empresas en materia de financiación, microfinanciación, empleo e ingresos; registros fiscales;
- registros de las empresas del sector formal.

Con frecuencia los datos recabados se centran en las mujeres empresarias y no en las mujeres trabajadoras, y en ocasiones las encuestas se centran en cuestiones muy localizadas y específicas, como los ingresos de las mujeres con dificultades económicas a nivel local.

A menudo la forma y la frecuencia con que se recaban los datos no son sistemáticas. Muchos países recaban datos de forma puntual, cuando surge la necesidad (por ejemplo, en talleres de formación), o se basan en organizaciones internacionales como la OCDE o el Banco Mundial.

Incluso cuando los Gobiernos recopilan datos desglosados por sexo, rara vez se centran en el comercio. Sin embargo, entre las excepciones más destacables cabe citar a Guinea-Bissau, que integra datos desglosados por sexo en su estrategia de fomento de las exportaciones, y a México, cuya oficina de estadística lleva a cabo estudios específicos sobre la mujer en el comercio. Para subsanar las lagunas de información, el BID recopila y analiza datos desglosados por sexo en la comunidad empresarial y perfiles comerciales de empresas dirigidas por mujeres como parte de su Marco Sectorial de Integración y Comercio.

Las iniciativas de Ayuda para el Comercio pueden servir como instrumento para recabar datos sobre la participación de las mujeres en el comercio. TradeMark East Africa utiliza evaluaciones de las necesidades basadas en datos para elaborar programas nacionales y regionales en colaboración con los donantes y los Gobiernos.

Como parte de esta labor, se ha establecido un sistema de vigilancia conjuntamente con los asociados para informar periódicamente sobre los avances y los efectos de sus programas. Sin embargo, es difícil agregar información tomada de distintos países y contextos, y recopilar datos de grandes sectores informales, en los que las mujeres operan a menudo.

Los sistemas de recopilación de datos de algunos donantes suelen reunir información no solo a efectos de vigilancia y evaluación, sino también para seleccionar proyectos que se beneficien de la Ayuda para el Comercio. La CFI y el BID han hecho del apoyo a la formulación de políticas un objetivo claro de la recopilación de datos.



Fábrica de textiles
y prendas de vestir
en Lesotho.

Efecto de la escasez de datos en la formulación de políticas

La falta de una recopilación periódica de datos sobre las mujeres en el comercio ha dado lugar a lagunas estadísticas que repercuten en la eficacia de las políticas comerciales y las estrategias de desarrollo. Las lagunas en los datos impiden la investigación y por lo tanto la formulación de políticas, ya que las conclusiones de las investigaciones pueden utilizarse para fundamentar las políticas comerciales sensibles a las cuestiones de género y para promover la participación de las mujeres en el comercio.

Los Miembros de la OMC han examinado esta cuestión en el Grupo de Trabajo Informal sobre Comercio y Cuestiones de Género, donde han intercambiado métodos de recopilación de datos en el marco de su labor técnica sobre comercio

y cuestiones de género.¹² Los Miembros de la OMC también han dado prioridad al desarrollo y la mejora de la recopilación de datos desglosados por sexo, y han señalado que esta esfera de intervención política es fundamental para promover la igualdad de género en el comercio.

Esta es una de las razones por las que la OMC estableció el Centro de Investigación sobre Cuestiones de Género¹³ en mayo de 2021 con el fin de fomentar nuevas iniciativas de investigación y recopilación de datos a través de una plataforma de intercambio de información y conocimientos, en la que se pueden compartir y difundir a nivel mundial las últimas conclusiones de los investigadores y expertos.

Las investigaciones realizadas por el Centro de Investigación sobre Cuestiones de Género de la OMC confirman la falta de datos sobre

las mujeres en el comercio. Para abordar esta cuestión, la OMC ha elaborado un cuestionario para la recopilación de datos, que los Miembros pueden utilizar como guía. Este cuestionario es uno de los instrumentos de política con perspectiva de género elaborados por la OMC para que los responsables de la formulación de políticas integran las cuestiones de género en la política comercial y que se han incorporado al Curso de Formación de la OMC sobre Comercio y Cuestiones de Género.¹⁴

La falta de datos también obstaculiza la investigación y, a su vez, la formulación de políticas, ya que las conclusiones de las investigaciones pueden utilizarse para fundamentar las políticas comerciales sensibles a las cuestiones de género y para promover la participación de las mujeres en el comercio.

Necesidad de evaluar el impacto

El ejercicio de vigilancia y evaluación muestra que no se evalúa sistemáticamente el efecto de los programas de Ayuda para el Comercio en las cuestiones de género y que pocos países incorporan mecanismos de evaluación del impacto. No obstante, algunos donantes hacen obligatorios esos mecanismos.

La inclusión de las cuestiones de género en las estrategias nacionales es un proceso continuo. Los marcos de política se actualizan con frecuencia. Algunas de las estrategias o planes de género mencionados por los encuestados han expirado recientemente o están a punto de finalizar. A este respecto, la cuestión sigue siendo cómo se evalúan los efectos de esas medidas y se integran las enseñanzas extraídas en las futuras estrategias.

La evaluación de los programas de Ayuda para el Comercio es una cuestión fundamental. Entender por qué algunos programas son más eficaces que otros ayuda a los países a diseñar políticas e iniciativas fundamentadas para apoyar a las mujeres.

Las respuestas al cuestionario indican que solo un tercio de los países en desarrollo asociados evalúan sus programas de Ayuda para el Comercio; sin embargo, los PMA son más proclives a utilizar procesos de evaluación porque han adoptado el mecanismo de vigilancia y evaluación del MIM. En cambio, más de dos tercios de los donantes cuentan con procesos de vigilancia, y las evaluaciones del impacto son obligatorias en algunos casos.

Al evaluar sus programas, la mayoría de los países incluyen indicadores y objetivos específicos relacionados con el género que evalúan frente a los objetivos de los programas, para examinar los progresos en la aplicación, y después incluyen esos indicadores como parte integrante de los mecanismos de vigilancia y evaluación. Algunos países aplican el Examen Nacional Voluntario de los ODS para evaluar sus programas de Ayuda para el Comercio.¹⁵

Los procesos de evaluación deben combinarse con mecanismos de recopilación de datos desglosados por sexo. Los datos recogidos en los mecanismos de vigilancia y evaluación de los programas de Ayuda para el Comercio centrados en cuestiones de género y las enseñanzas extraídas de ellos deben ser compartidos y examinados, posiblemente en foros como el Grupo de Trabajo Informal sobre Comercio y Cuestiones de Género de la OMC.

En el Grupo de Trabajo Informal, los Miembros de la OMC han intercambiado información técnica sobre la igualdad de género en el comercio. Australia y el Reino Unido destacaron que la labor del Grupo es un catalizador para integrar las cuestiones de género en la Ayuda para el Comercio y en la OMC en términos más generales.

Cuadro 6: Dificultades para integrar el género en la Ayuda para el Comercio

Región	Respuestas al cuestionario
África	
Togo	El Fondo Nacional de Financiación Inclusiva (FNFI) tiene por objeto fortalecer el diálogo público-privado con el fin de movilizar más recursos para vigilar y evaluar indicadores específicos para las iniciativas centradas en cuestiones de género
Asia y el Pacífico	
Sri Lanka	Se llevan a cabo actividades de vigilancia sobre el terreno a través de los funcionarios de distrito y de división adscritos al Ministerio de la Mujer y la Infancia y actividades de vigilancia y evaluación mediante un sistema de vigilancia, evaluación, rendición de cuentas y aprendizaje introducido por el Ministerio
Vanuatu	La recopilación de datos sigue siendo un problema debido a las limitaciones de capacidad y a las cuestiones relacionadas con la financiación
América Latina y el Caribe	
México	El Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI) realiza estudios desglosados por género que proporcionan indicadores sobre género, comercio y desarrollo
Perú	El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) publica informes anuales sobre la brecha de género
Santa Lucía	Actualmente, hay dificultades para recopilar datos desglosados por género y datos sobre el comercio debido al gran tamaño del sector informal y el elevado porcentaje de mipymes Todos los proyectos gubernamentales incorporan componentes de vigilancia y evaluación en consonancia con las necesidades de los donantes

Cosecha en un arrozal de Camboya.



Estudio de caso práctico

Benin: Métodos de evaluación de las cuestiones de género en los programas de Ayuda para el Comercio

Las cuestiones de género se integran en todas las etapas de los programas de Ayuda para el Comercio, desde la formulación hasta la vigilancia y la evaluación, comenzando por el nombramiento de coordinadores de género en los ministerios, la sociedad civil y el sector privado. El Gobierno ha adoptado una guía metodológica* que exige lo siguiente:

- integración sistemática de las cuestiones de género al nivel de diagnóstico de cada programa;
- evaluación de las brechas de género y las necesidades de las mujeres sobre la base de datos del Instituto Nacional de Estadística y Análisis Económico;
- complementación de los datos con encuestas y entrevistas sobre cuestiones específicas realizadas por el Ministerio de Comercio;
- integración obligatoria de las cuestiones de género en los objetivos;
- inclusión en los planes de acción, también obligatoria, de medidas específicas para reducir la desigualdad de género y establecer un marco de vigilancia y evaluación que comprenda indicadores de la igualdad de género;
- consulta con los coordinadores de género de cada ministerio competente para asegurar de que los programas responden a las necesidades de las mujeres y se ajustan plenamente a la política nacional de promoción de la igualdad de género.

El Gobierno también aplica una guía metodológica** para la evaluación de las cuestiones de género que ofrece un marco global para evaluar los efectos de los programas y las políticas sobre empoderamiento económico de las mujeres e igualdad de género. Esta guía incluye un conjunto de indicadores para llevar a cabo una evaluación previa y posterior del impacto en las cuestiones de género.

También se lleva a cabo una evaluación del impacto a mitad de período que permite revisar los programas si no se cumplen los objetivos, sobre todo en materia de igualdad de género. Por ejemplo, la evaluación del impacto examina la proporción de los recursos del programa asignados para atender las necesidades de las mujeres y el efecto de las desigualdades

sociales desglosado por sexo, y compara las desigualdades de género en sectores específicos antes y después del programa.

* Véase <https://justice.gouv.bj/documents/politiques-strategies>.

** Véase https://evaluation.gouv.bj/uploads/Guidemetodologiquedevaluation_sensibleaugenreVFOctobre2020.pdf.



El grupo de 40 mujeres de Ankouamon (Benin) produce cinco toneladas de manteca de karité al mes.

Estudio de caso práctico

Unión Europea: Evaluación del impacto de género de la UE: lo que se mide se gestiona

Una parte esencial de la labor de la Unión Europea en la promoción de la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres es el seguimiento de sus intervenciones exteriores en materia de igualdad de género, incluido el gasto. Según un informe sobre el Plan de Acción en materia de Género de la Unión Europea (GAP) II (Comisión Europea, 2020a),

“Se estima que en 2019 se destinó financiación para el desarrollo por un valor de EUR 8.700 millones a apoyar la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres (o el 56,95% de la financiación total). La financiación destinada específicamente a la igualdad de género y el empoderamiento de las mujeres ... ascendió a EUR 643 millones (el 4,21% del total)”.

En cuanto a las acciones más directamente destinadas al empoderamiento económico de las mujeres, se comunicaron 1.853 acciones centradas en el empoderamiento económico y social, lo que contribuyó a promover varios ODS.

Sobre la base de la Estrategia para la Igualdad de Género 2020-2025 de la UE, la Unión Europea ha puesto en marcha su Plan de Acción en materia de Género para 2021-2025 (GAP) III, cuyo objetivo es promover la igualdad de género en todo el mundo y asegurar que el 85% de las nuevas acciones exteriores respondan a la perspectiva de género para 2025 (Comisión Europea, 2020b). Este objetivo se incluye en el Instrumento de Vecindad, Cooperación al Desarrollo y Cooperación Internacional (IVDC) - Europa Global para 2021-2027, cuyo valor supera los EUR 78.000 millones, que también especifica que “al menos el 5% de las acciones [con perspectiva de género] deben tener como objetivo principal la igualdad de género y los derechos y el empoderamiento de las mujeres y las niñas”.*

El GAP III introduce normas estrictas para aplicar y vigilar la incorporación de las cuestiones de género a todos los sectores y es vinculante para todas acciones exteriores de la UE, incluidos los programas de Ayuda para el Comercio. El empoderamiento económico de la mujer es una de las principales esferas temáticas prioritarias.

En consonancia con la estrategia de Ayuda para el Comercio de la UE**, el GAP III exige análisis de género sistemáticos, datos desglosados por sexo e indicadores del impacto de género. La unidad operativa de cada programa se encarga de vigilar y evaluar periódicamente la intervención. Para ello hay que evaluar cómo se aplica el programa, identificando posibles problemas y medidas correctivas en caso necesario para optimizar los efectos positivos en la igualdad de género y el empoderamiento económico de las mujeres. A este respecto, las unidades operativas tienen que recopilar, analizar y utilizar sistemáticamente información sobre la gestión para propiciar la eficacia en la adopción de decisiones.

Además de apoyar los programas de vigilancia de los asociados, la UE ha desarrollado un marco para vigilar los resultados del GAP III a través de los objetivos e indicadores para enmarcar la aplicación del Plan de Acción en materia de Género III (2021-2025) (Comisión Europea, 2020c). El informe anual sobre la aplicación de los instrumentos

de la UE para financiar las acciones exteriores ofrece información exhaustiva acerca de las acciones y los resultados en materia de igualdad de género.^{***}

* Véase https://ec.europa.eu/info/sites/default/files/about_the_european_commission/eu_budget/programme_and_performance_-_ndici.pdf.

** Véase https://ec.europa.eu/international-partnerships/topics/trade_en.

*** Véase la versión más reciente en https://knowledge4policy.ec.europa.eu/publication/2021-annual-report-implementation-european-unions-external-action-instruments-2020_en.

Notas finales

1. Véase *Recomendaciones del Equipo de Trabajo sobre la Ayuda para el Comercio*, documento WT/AFT/1 de la OMC, 27 de julio de 2006.
2. Entre 2019 y 2020 se encuestó a unas 800 mujeres empresarias de América Latina, Asia Meridional y África Oriental.
3. Véase <https://datos.bancomundial.org/indicador/SL.AGR.EMPL.FE.ZS>.
4. "Agricultoras de América Latina y el Caribe contaron sus historias de esfuerzo y lucha contra la desigualdad de derechos en el Día Internacional de las Mujeres Rurales", seminario en línea organizado por el Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura (IICA) el 18 de octubre de 2021.
5. Los datos de las encuestas regionales de la OMC en África Oriental, Asia Meridional y América Latina en 2019 y 2020 indican que el 58% de las mujeres empresarias trabajan en el sector de los servicios.
6. Por lo tanto, la mayoría de los préstamos para la financiación del comercio son a corto plazo (menos de 180 días). Sin embargo, dado que la percepción del riesgo es mayor en el comercio internacional que en las ventas a clientes nacionales, los requisitos que aplican las instituciones financieras a los clientes en términos de solvencia, información sobre la debida diligencia, garantías y estados financieros son normalmente más estrictos que en el caso del acceso a los servicios de crédito interno (Banco Mundial/OMC, 2020).
7. Véase https://www.smefinanceforum.org/sites/default/files/IFC_MSME_Factsheets_Global_2019.pdf.
8. Véase <https://data.undp.org/gendertracker>.
9. Véase <https://www.unwomen.org/es/digital-library/publications/2020/06/policy-brief-covid-19-and-violence-against-women-and-girls-addressing-the-shadow-pandemic>.
10. Véase <http://www.wcoomd.org/en/topics/capacity-building/activities-and-programmes/gender-equality.aspx>.
11. Véase el anexo 1 de *Recomendaciones del Equipo de Trabajo sobre la Ayuda para el Comercio*, documento WT/AFT/1 de la OMC, 27 de julio de 2006.
12. Véase *Informe de situación sobre la labor técnica de los Miembros y observadores de la OMC sobre el empoderamiento económico de las mujeres*, documento INF/TGE/R/1 de la OMC, 9 de noviembre de 2021.
13. Véase https://www.wto.org/spanish/tratop_s/womenandtrade_s/gender_research_hub_s.htm.
14. Véase información sobre la labor de la Secretaría de la OMC relativa a las mujeres y el comercio en https://www.wto.org/spanish/tratop_s/womenandtrade_s/womenandtrade_s.htm.
15. Véase <https://sustainabledevelopment.un.org/vnrs>.

Conclusiones

Los resultados del ejercicio conjunto de vigilancia y evaluación de la OCDE y la OMC de 2022 ponen de manifiesto la necesidad de más Ayuda para el Comercio y de una financiación mejor orientada. Confirman que la pandemia de COVID-19 fue un importante retroceso para la integración de muchos países en desarrollo en el comercio mundial y para sus perspectivas de desarrollo, especialmente en el caso de los países menos adelantados (PMA).

Las consecuencias de la pandemia siguen afectando a las perspectivas comerciales de muchos países en desarrollo, a menudo de formas imprevisibles. Muchos de los países de ingresos más bajos están luchando contra la deuda, combinada con presiones inflacionistas que perjudican las importaciones de suministros esenciales. Además, la crisis de Ucrania ha agudizado esas presiones.

En este sombrío contexto, la iniciativa de Ayuda para el Comercio trata de abordar las limitaciones relacionadas con el comercio a que hacen frente los países en desarrollo y los PMA, y de ayudar a esos países en la transición hacia una energía limpia y sostenible en una economía con bajas emisiones de carbono.

La pandemia de COVID-19 ha puesto de relieve muchos de los desafíos para el comercio y el desarrollo a que se enfrentan los países en desarrollo y los PMA. En los programas de los países asociados siguen ocupando un lugar destacado, como prioridades de la Ayuda para el Comercio, la promoción de la diversificación de las exportaciones, la mejora de la competitividad a nivel internacional, la creación de capacidad productiva y la conexión a las cadenas de valor mundiales (CVM). Sin embargo, las perspectivas económicas mixtas plantean un entorno difícil para alcanzar esos objetivos, en particular cuando los presupuestos de ayuda de los donantes también experimentan presiones fiscales.

A pesar de la pandemia de COVID-19, el comercio sigue siendo una prioridad de desarrollo para los países asociados y los donantes, lo que subraya la necesidad de más Ayuda para el Comercio y de una financiación mejor orientada. El comercio es esencial para apoyar la recuperación económica de la pandemia y para el crecimiento económico y el desarrollo a medio y largo plazo. Así pues, la facilitación del comercio es la prioridad de la Ayuda para el Comercio que han citado con más frecuencia todos los participantes en el ejercicio de vigilancia y evaluación de 2022.

Sin embargo, la naturaleza del comercio está cambiando, ya que la digitalización impulsa el crecimiento del comercio electrónico. La pandemia de COVID-19 ha acelerado la adopción de la conectividad digital y el crecimiento del comercio electrónico, dando lugar a un impulso de la conectividad en los países en desarrollo y los PMA. Sin embargo, el



rápido crecimiento de la demanda de conectividad y servicios digitales ha puesto de manifiesto deficiencias en la conectividad básica, la cobertura, la asequibilidad de la conexión y los niveles de competencia técnica. La brecha digital sigue siendo amplia, tanto entre países como dentro de los países, y afecta particularmente a las mujeres y a las empresas propiedad de mujeres, lo que da lugar a la exclusión social y la pérdida de oportunidades comerciales.

El ejercicio de vigilancia y evaluación de 2022 muestra que los países asociados y los donantes son cada vez más conscientes de los riesgos relacionados con el cambio climático. En consecuencia, en las estrategias de desarrollo y comercio de los países en desarrollo se menciona cada vez más el medio ambiente. Sin embargo, la transición hacia un crecimiento ecológicamente sostenible (verde) se encuentra todavía en una etapa inicial.

Los compromisos contraídos por donantes y asociados Sur-Sur de apoyo a la transición a una economía con bajas emisiones de carbono ampliarán aún más la financiación de la Ayuda para el Comercio, a fin de mitigar los efectos del cambio climático y armonizar la asistencia oficial

para el desarrollo con el Acuerdo de París sobre el cambio climático. La Ayuda para el Comercio será cada vez más importante para ayudar a los países a hacer frente a los efectos del calentamiento global.

Se dispone de más financiación, incluso en forma de asociaciones entre los sectores público y privado. No obstante, aún queda un margen considerable para ampliar la financiación de la Ayuda para el Comercio destinada a la conectividad digital y el comercio electrónico, incluida la digitalización de las administraciones, los servicios, la economía y la industria, así como la enseñanza de competencias digitales y la alfabetización en este ámbito.

La Ayuda para el Comercio es una valiosa herramienta para promover el empoderamiento económico de las mujeres. Las iniciativas de Ayuda para el Comercio mejoran la forma en que los programas abordan nuevos desafíos y eliminan los obstáculos tradicionales a que hacen frente las mujeres. Para aumentar al máximo la eficacia de los programas de Ayuda para el Comercio relacionados con cuestiones de género, las mujeres deben participar en su diseño, aplicación, vigilancia, evaluación y examen. La promoción de las mujeres a cargos de liderazgo en los ámbitos público y privado es esencial para que la igualdad de género se integre de manera significativa en la formulación de políticas y en la adopción de decisiones. La igualdad de género también puede reportar beneficios adicionales a las organizaciones, ayudando a mejorar su rendimiento y productividad.

La Ayuda para el Comercio puede mejorar el acceso de las mujeres a las oportunidades comerciales. Por consiguiente, es fundamental abordar los obstáculos a que se enfrentan las mujeres en el comercio y los nuevos desafíos relacionados con la pandemia de COVID-19 y el cambio climático. Los programas de Ayuda para el Comercio relacionados con cuestiones de género también pueden combinar evaluaciones del impacto con datos desglosados por sexo, que reflejen más plenamente los resultados de esos programas.



Carga de mercancías para la exportación en el transbordador de la tarde, isla de Tanna (Vanuatu).

Prioridades futuras de la Ayuda para el Comercio

Sobre la base del análisis de las respuestas al cuestionario de vigilancia y evaluación, las esferas y cuestiones prioritarias en relación con la iniciativa de Ayuda para el Comercio para 2022 y los próximos años son las siguientes.



Facilitación del comercio

La prioridad citada con mayor frecuencia es la facilitación de la circulación transfronteriza de mercancías. Para mitigar los efectos de la pandemia de COVID-19 en el comercio y las economías, que se han dejado sentir especialmente en las mipymes, es esencial que la Ayuda para el Comercio apoye la facilitación del comercio, mediante la digitalización de los procedimientos aduaneros, la coordinación en la gestión de las fronteras y el aumento de la transparencia.



Crecimiento sostenible

El ejercicio de vigilancia y evaluación de 2022 pone de manifiesto que hay una concienciación creciente sobre los riesgos asociados con el cambio climático, y en las estrategias comerciales de los países en desarrollo se hace referencia cada vez con mayor frecuencia a cuestiones ambientales. Sin embargo, la transición hacia un crecimiento ecológicamente sostenible (verde), incluida la economía circular, se encuentra todavía en una etapa inicial. La iniciativa de Ayuda para el Comercio puede desempeñar un papel importante ayudando a los países en desarrollo y los PMA a integrar las cuestiones ambientales en sus objetivos comerciales y proseguir la transición a una economía con bajas emisiones de carbono.



Crecimiento con bajas emisiones de carbono

Los compromisos contraídos por donantes y asociados Sur-Sur de apoyo a la transición a una economía con bajas emisiones de carbono están ayudando a armonizar la asistencia oficial para el desarrollo con el Acuerdo de París sobre el cambio climático. La Ayuda para el Comercio tendrá que centrarse más en mitigar los efectos del calentamiento global y adaptarse a ellos.



Empoderamiento económico de las mujeres

La Ayuda para el Comercio es una valiosa herramienta para promover el empoderamiento económico de las mujeres. Si bien los programas de Ayuda para el comercio abordan cada vez en mayor medida las cuestiones de género, puede hacerse más para superar los obstáculos a los que se enfrentan las mujeres para participar en el comercio internacional.



Diversificación de las exportaciones

Los programas de Ayuda para el comercio que se centran en aumentar la diversificación de las exportaciones en sectores específicos, como la agricultura, benefician en particular a los países en desarrollo sin litoral y a los PMA. Esos programas tendrán que ser más sensibles al clima.



Cadenas de valor mundiales

Las CVM son un motor importante de prosperidad económica y reducción de la pobreza, pero se vieron especialmente afectadas por la pandemia de COVID-19. Ayudar a los países en desarrollo a participar en las CVM es un elemento clave de la Ayuda para el Comercio.



Comercio electrónico

Los donantes de Ayuda para el Comercio proporcionan niveles crecientes de financiación para los programas de conectividad digital y comercio electrónico. La pandemia de COVID-19 ha provocado un aumento sin precedentes de la conectividad digital y el crecimiento del comercio electrónico. La Ayuda para el Comercio puede contribuir a que los países en desarrollo integren la conectividad digital y el comercio electrónico en sus estrategias nacionales de desarrollo.



Microempresas y pequeñas y medianas empresas (mipymes)

Las mipymes son más del 95% de todas las empresas. La Ayuda para el Comercio puede contribuir a mejorar la resiliencia económica de las mipymes y a ayudar a estas empresas a acceder a los mercados internacionales y a nuevas oportunidades comerciales.



Participación de los sectores público y privado

La participación de los sectores público y privado en la financiación de la transición a una economía con bajas emisiones de carbono va en aumento. En esta esfera, la Ayuda para el Comercio puede desempeñar una función catalizadora ayudando a movilizar fondos para

infraestructuras verdes y ayudando al sector privado a aprovechar las oportunidades que ofrece la economía con bajas emisiones de carbono. Se aprecian claramente las mismas tendencias y conclusiones en la economía digital, una esfera en la que el gobierno electrónico también tiene una función importante que desempeñar en la configuración del crecimiento del comercio electrónico.



Financiación del desarrollo

Se dispone de más financiación, incluso en forma de asociaciones entre los sectores público y privado. No obstante, hay un margen considerable para que los donantes y los asociados Sur-Sur amplíen la financiación de las asociaciones público-privadas. La financiación climática está cada vez más entrelazada con la financiación de la Ayuda para el Comercio, sobre todo en la esfera de las infraestructuras de energía renovable.



Programas relacionados con cuestiones de género

Las mujeres deben formar parte del proceso de adopción de decisiones en el diseño, la ejecución, y la evaluación de los programas de Ayuda para el Comercio relacionados con cuestiones de género.



Datos sobre el comercio desglosados por género

La Ayuda para el Comercio puede reforzar el acceso de las mujeres a las oportunidades creadas por el comercio. Es fundamental abordar los obstáculos a que se enfrentan las mujeres en el comercio, especialmente los nuevos desafíos relacionados con la pandemia de COVID-19. Los programas de Ayuda para el Comercio que ofrecen datos desglosados por género pueden reflejar de forma más completa los resultados de la financiación específica.

Abreviaturas

AfCFTA	Zona de Libre Comercio Continental Africana
AfTIAS	Iniciativa de Ayuda para el Comercio en los Estados Árabes
AOD	asistencia oficial para el desarrollo
BASeD	Banco Asiático de Desarrollo
BERD	Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
CAD	Comité de Asistencia para el Desarrollo
CER-CT	comunidades económicas regionales y corredores de transporte
CFI	Corporación Financiera Internacional
CP26	26ª Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático
CVM	cadena de valor mundial
FMI	Fondo Monetario Internacional
IFF	Foro Financiero Internacional
IPCC	Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático
ITC	Centro de Comercio Internacional
MIM	Marco Integrado mejorado
mipyme	microempresa y pequeña y mediana empresa
OCDE	Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos
ODS	Objetivo de Desarrollo Sostenible
OMT	Organización Mundial del Turismo
ONU DI	Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial
PACER	Acuerdo del Pacífico sobre Relaciones Económicas Más Estrechas Plus
PDSL	país en desarrollo sin litoral
PMA	país menos adelantado
PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
PNUMA	Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente
TIC	tecnología de la información y las comunicaciones
TMEA	TradeMark East Africa
UEMAO	Unión Económica y Monetaria de África Occidental
UIT	Unión Internacional de Telecomunicaciones
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
USAID	Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional

Bibliografía

Agencia Espacial Europea (AEE) y Banco Asiático de Desarrollo (BAsD) (2017), *Earth Observation for a Transforming Asia and Pacific: A Portfolio of Twelve Earth Observation Projects Supporting Asian Development Bank Activities*.

Agencia Internacional de Energía (AIE) (2021), *Net Zero by 2050: A Roadmap for the Global Energy Sector*, París: AIE.

Alliance for Affordable Internet y World Wide Web Foundation (2020), *From Luxury to Lifeline: Reducing the Cost of Mobile Devices to Reach Universal Internet Access*, World Wide Web Foundation.

Banco Africano de Desarrollo (BAfD) (2021), *African Economic Outlook 2021: From Debt Resolution to Growth - The Road Ahead for Africa*, Abiyán: BAfD.

Banco Asiático de Desarrollo (BAsD) (2016a), *Vision for Gender Equality in Asia and the Pacific by 2030: Possible Future Directions for Asian Development Bank's Gender Work*, Manila: BAsD.

Banco Asiático de Desarrollo (BAsD) (2016b), "2016 Trade Finance Gaps, Growth, and Jobs Survey", *ABD Briefs No. 64*, Manila: BAsD.

Banco Asiático de Desarrollo (BAsD) (2019a), *Aid for Trade in Asia and the Pacific: Promoting Economic Diversification and Empowerment*, Manila: BAsD.

Banco Asiático de Desarrollo (BAsD) (2021), *Asian Development Outlook 2021: Financing a Green and Inclusive Recovery*, Manila: BAsD.

Banco Asiático de Desarrollo (BAsD) (2022), *Fostering Regional Cooperation and Integration for Recovery and Resilience*, Manila: BAsD.

Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo (BERD) (2020a), *Green Economy Transition Approach 2021-2025*, Londres: BERD.

Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo (BERD) (2020b), *Sustainability Report 2020*, Londres: BERD.

Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo (BERD) (2021), *Transition Report 2021-22: System Upgrade - Delivering the Digital Dividend*, Londres: BERD.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2019), *Integration and Trade Sector Framework Document*, Washington, D.C.: BID.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2021a), *Visión 2025 - Reinvertir en las Américas: Una década de oportunidades*, Washington, D.C.: BID.

Banco Interamericano de Desarrollo (BID) (2021b), *Plan de Acción del Grupo BID en Materia de Cambio Climático*, Washington, D.C.: BID.

Banco Islámico de Desarrollo (BIsD) (2020), *2020-2025 Climate Change Action Plan*, Jeddah: BIsD.

Banco Mundial (2017), *Women and Tourism: Designing for Inclusion*, Washington, D.C.: Banco Mundial.

Banco Mundial (2021a), *Plan de Acción sobre el Cambio Climático 2021-25: Supporting Green, Resilient, and Inclusive Development*, Washington, D.C.: Banco Mundial.

Banco Mundial (2021b), *Green Resilient, and Inclusive Development*, Washington, D.C.: Banco Mundial.

Banco Mundial (2021c), *World Development Report 2021: Data for Better Lives*, Washington, D.C.: Banco Mundial.

Banco Mundial (2022), *The Impact of the War in Ukraine on Global Trade and Investment*, Washington, D.C.: Banco Mundial.

Banco Mundial y Organización Mundial del Comercio (OMC) (2022), *The Role of Trade in Developing Countries' Road to Recover: Joint Policy Note*.

der Boghossian, A. (2019) "Women's Economic Empowerment: An Inherent Part of Aid for Trade", *WTO Staff Working Paper ERSD-2019-08*, Ginebra: OMC.

Brenton, P. y Chemutai, V. (2021), *The Trade and Climate Change Nexus: The Urgency and Opportunities for Developing Countries*, Washington, D.C.: Banco Mundial.

Brenton, P., Ferrantino, M. J. y Maliszewska, M. (2022), *Reshaping Global Value Chains in Light of COVID-19: Implications for Trade and Poverty Reduction in Developing Countries*, Washington, D.C.: Banco Mundial.

Centro de Comercio Internacional (ITC) (2019), *Promoting SME Competitiveness in Botswana: A Bottom-up Approach to Economic Diversification*, Ginebra: ITC.

Centro de Comercio Internacional (ITC) (2021), *SME Competitiveness Outlook 2021: Empowering the Green Recovery*, Ginebra: UIT.

Centro de Comercio Internacional (ITC) (2022), *COVID-19: The Great Lockdown and Its Impact on Small Business*, Ginebra: UIT.

- Collaborative Africa Budget Reform Initiative (CABRI) (2020), *COVID-19 Africa Public Finance Response Monitor*, Centurion: Secretaría de la CABRI.
- Comisión Europea (2019a), *El Pacto Verde Europeo*, documento COM(2019) 640 final, Bruselas: Comisión Europea.
- Comisión Europea (2019b), *La Pasarela Mundial*, documento JOIN(2021) 30 final, Bruselas: Comisión Europea.
- Comisión Europea (2020a), *EU Gender Action Plan II: Annual Implementation Report 2019*, documento SWD(2020) 299 final, Bruselas: Comisión Europea.
- Comisión Europea (2020b), Plan de acción en materia de género de la UE (GAP) III: *Un ambicioso programa para la igualdad de género y el empoderamiento de la mujer en la acción exterior de la UE*, SWD(2020) 299 final, Bruselas: Comisión Europea.
- Comisión Europea (2020c), *Objectives and Indicators to Frame the Implementation of the Gender Action Plan III (2021-25)*, documento SWD(2020) 284 final, Bruselas: Comisión Europea.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) (2018), "Implementing a Survey on Exports of ICT-enabled Services", *UNCTAD Technical Notes on ICT for Development No. 11*, Ginebra: Naciones Unidas.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) (2021), "Impacts of the COVID-19 Pandemic on Trade in the Digital Economy", *UNCTAD Technical Notes on ICT for Development No. 19*, Ginebra: Naciones Unidas.
- Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) (2022), *E-commerce and Digital Economy Programme: Year in Review 2021*, Ginebra: Naciones Unidas.
- Facebook (2021), *Global State of Small Business: Insights into Women-led and Minority-led Businesses in Early 2021*, Facebook.
- Gamberoni, E. y Guilherme Reis, J. (2011), "Gender-Informing Aid for Trade: Entry Points and Initial Lessons Learned from the World Bank", *Economic Premise* 62:1-4.
- Gentilini, U., et al. (2020), *Social Protection and Jobs Responses to COVID-19: A Real-Time Review of Country Measures*, Washington, D.C.: Banco Mundial.
- Green Climate Fund (GCF) (2019), *Updated Gender Policy and Gender Action Plan 2020-2023*, GCF/B.24/15, Incheon: GCF.
- Grupo AXA y Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) (2015), *Business Unusual: Why the Climate is Changing the Rules for Our Cities and SMEs*, París y Ginebra: Grupo AXA y PNUMA.
- Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático (IPCC) (2022), *Climate Change 2022: Mitigation of Climate Change*, Cambridge University Press.
- Kim, K., Tayag, M.C., Beck, S. y Latoja, M.C. (2019), "2019 Trade Finance Gaps, Growth, and Jobs Survey", *ADB Briefs No. 113*, Manila: BASD.
- Korinek, J., Moïsé, E. y Tange, J. (2021), "Trade and Gender: A Framework of Analysis", *OECD Trade Policy Paper No. 246*, París: OECD Publishing.
- López González, J. y Sorescu, S. (2021), "Seizing Opportunities for Digital Trade", *Development Co-operation Report 2021: Shaping a Just Digital Transformation*, París: OECD Publishing, 164-173.
- Lund, S., Manyika, J., Woetzel, J. et al. (2020), *Risk, Resilience and Rebalancing in Global Value Chains*, McKinsey Global Institute.
- Macquarie, R., Naran, B., Rosane, P., Solomon, M. y Wetherbee, C. (2020), *Updated View of the Global Landscape of Climate Finance 2019*, Londres: Climate Policy Initiative.
- Ministerio Federal de Cooperación y Desarrollo Económicos (BMZ) (2016), "Development Policy Action Plan on Gender Equality 2016-2020", BMZ Paper 03, Bonn: Bundesministerium für wirtschaftliche Zusammenarbeit und Entwicklung.
- Naciones Unidas (2015), *Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible*, Nueva York: Naciones Unidas.
- Nedopil Wang, C. (2022), *China Belt and Road Initiative (BRI) Investment Report 2021*, Shanghai: Green Finance and Development Center.
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) (2020), *Public Procurement and Infrastructure Governance: Initial Policy Responses to the Coronavirus (COVID-19) Crisis*, París: OECD Publishing.
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) (2021a), *Climate Finance Provided and Mobilised by Developed Countries: Aggregate Trends Updated with 2019 Data*, París: OECD Publishing.
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) (2021b), *Development Co-operation Report 2021: Shaping a Just Digital Transformation*, París: OECD Publishing.
- Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) y Centro de Capacitación e Investigaciones sobre la Mujer Árabe (CAWTAR) (2014), *Women in Public Life: Gender, Law and Policy in the Middle East and North Africa*, París: OECD Publishing.

Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) y Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (FAO) (2016), *Guía OCDE-FAO para las cadenas de suministro responsable en el sector agrícola*, París: OECD Publishing.

Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE) y Organización Mundial del Comercio (OMC) (2017), *La ayuda para el Comercio en síntesis 2017: Fomentar el comercio, la inclusión y la conectividad en favor del desarrollo sostenible*, París: OECD Publishing.

Organización Mundial del Comercio (OMC) (2021a), *Mitigar los escollos comerciales en los países en desarrollo sin litoral*, Ginebra: OMC.

Organización Mundial del Comercio (OMC) (2021b), *Informe sobre el comercio mundial 2021: Resiliencia económica y comercio*, Ginebra: OMC.

Organización Mundial del Comercio (OMC) (2022), *Potenciar las oportunidades comerciales de los países menos adelantados: Progresos logrados en los últimos 10 años y prioridades actuales*, Ginebra: OMC.

Organización Mundial del Comercio (OMC) y Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) (2018), *Poner el comercio al servicio del medio ambiente, la prosperidad y la resiliencia*, Ginebra: OMC.

Organización Mundial del Turismo (OMT) (2019), *Informe mundial sobre las mujeres en el turismo: Segunda edición*, Madrid: OMT.

Organización Mundial del Turismo (OMT) (2021), *The Economic Contribution of Tourism and the Impact of COVID-19*, Madrid: OMT.

Organización Mundial del Turismo (OMT) (2022), *World Tourism Barometer*, mayo, Madrid: OMT.

Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) (2019), *Industrial Resource Efficiency Division and Circular Economy*, Viena: ONUDI.

Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (2020), *Informe Anual 2019*, Viena: ONUDI.

Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial (ONUDI) (2021), *Policy Assessment for the Economic Empowerment of Women in Green Industry: Synthesis Report of the Country Assessments in Cambodia, Peru, Senegal and South Africa*, Viena: ONUDI.

Ouedraogo, R. y Stenzel, D. (2021), "The Heavy Economic Toll of Gender-based Violence: Evidence from Sub-Saharan Africa", *IMF Working Paper No. 277*, Washington, D.C.: FMI.

Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) (2020), *Implications of the COVID-19 Pandemic for Global Sustainable Finance: An Initial Framework for Response Strategies*, PNUMA.

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) (2020), "Aid for Trade: A Vehicle to Green Trade and Build Climate Resilience" (*Issue Brief*, abril de 2020).

Programa de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente (PNUMA) y Organización Mundial del Comercio (OMC) (2009), *El comercio y el cambio climático*, Ginebra: OMC.

Rotundi, V., Billari, F., Pesando, L. M. y Kashyap, R. (2020), *Digital Rural Gender Divide in Latin America and the Caribbean*, San José: Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura.

Singh, S., Lepillez, K. y Banyan Global (2020), *Women's Economic Empowerment and Gender Equality in Trade Facilitation: The Role of Customs and Border Services*, USAID.

Tyers, A. (2020), *USAID Gender Digital Divide: Desk Review Report*, Washington, D.C.: Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional.

Unión Europea (2018), *The New European Consensus on Development: "Our World, Our Dignity, Our Future"*, Luxemburgo: Oficina de Publicaciones de la Unión Europea.

Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) (2019), *Turning Digital Technology Innovation into Climate Action*, Ginebra: UIT.

Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) (2021a), *Measuring Digital Development: Facts and Figures 2021*, Ginebra: UIT.

Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) (2021b), *The Economic Impact of Broadband and Digitization Through the COVID-19 Pandemic: Econometric Modelling*, Ginebra: UIT.

Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) (2022), "The Affordability of ICT Services 2021", *Policy Brief*, Ginebra: UIT.

Autores de las fotografías:

Portada (en el sentido de las agujas del reloj, empezando por el margen superior izquierdo):

© Stephan Gladieu/Banco Mundial;

© Seersa Abaza/IWMI;

© Prashanth Vishwanathan/IWMI.

Página 2: © Chhor Sokunthea/Banco Mundial.

Página 4: © OMC/Jay Louvion.

Páginas 8, 22: © Irina Mosel/ODI.

Páginas 13, 33, 161, 164: © MIM/Simon Hess.

Páginas 14, 15: © Mokhammad Edliadi/CIFOR.

Páginas 17, 67: © BAsD.

Página 21: © 2015 BAsD/Madiha Aijaz.

Página 28: © TMEA.

Páginas 29, 44: © Ollivier Girard/CIFOR.

Página 31: © Simone D. McCourtie/Banco Mundial.

Página 36: © Banco Mundial/Henitsoa Rafalia.

Páginas 39, 168, 169: © MIM/José Carlos Alexandre.

Páginas 40, 69, 142: © Stephan Gladieu/Banco Mundial.

Página 43: © Terry Sunderland/CIFOR.

Página 45: © Stephan Bachenheimer/Banco Mundial.

Páginas 48, 49: © David Brazier/IWMI.

Página 51: © Chandra Shekhar Karki/CIFOR.

Página 52: © 2019 Al Benavente/BAsD.

Página 53: © Neil Palmer/CIAT.

Página 54: © OMC.

Página 57: © Prashanth Vishwanathan/IWMI.

Página 61: © Stéphane Bellerose/PNUD en Mauricio y Seychelles.

Página 64: © Flore de Preneuf/Banco Mundial.

Páginas 65, 81: © Gerhard Joren/BAsD.

Página 68: © Maria Fleischmann/Banco Mundial.

Página 74: © Luis Enrique Ascui/BAsD.

Página 76: © Marlon del Aguila Guerrero/CIFOR.

Página 87: © Dominic Chavez/Banco Mundial.

Página 88: © Nugroho Nurdikiawan Sunjoyo/Banco Mundial.

Página 89: © Murdani Usman/CIFOR.

Páginas 90, 91: © Tom Perry/Banco Mundial.

Página 94: © Vincent Tremeau/Banco Mundial.

Página 95: © M.A. Puspha Kumara/BAsD.

Página 96: © Banco Mundial/Henitsoa Rafalia.

Página 100: © C. De Bode/CGIAR.

Página 101: © Jonathan Ernst/Banco Mundial.

Página 105: © BERD/Nina Tsintsadze.

Página 108: © UIT/Trans.Lieu.

Páginas 110, 138: © Charlotte Kesl/Banco Mundial.

Página 113: © James Anderson/Instituto de Recursos Mundiales.

Página 115: © Visual News Associates/Banco Mundial.

Página 121: © AEE.

Página 123: © Aaron Minnick/Instituto de Recursos Mundiales.

Página 130: © UIT/D. Woldu.

Páginas 132, 133: © Hamish John Appleby/IWMI.

Página 135: © Axel Fassio/CIFOR/ICRAF.

Página 137: © Chor Sokunthea/BAsD.

Página 141: © FAO/Liana John.

Página 144: © Rob Beechey/TMEA.

Página 146: © Ollivier Girard/MIM.

Página 154: © Aris Sanjaya/CIFOR.

Página 163: © MIM.

Organización Mundial del Comercio
Rue de Lausanne 154
CH-1211 Ginebra 21
Suiza
Teléfono: +41 (0) 22 739 51 11
Correo electrónico: publications@wto.org
www.wto.org

Librería en línea de la OMC
<http://onlinebookshop.wto.org>

© Organización Mundial del Comercio 2022

ISBN (publicación impresa): 978-92-870-7334-1

ISBN (publicación en línea): 978-92-870-7335-8

Maquetación del informe: Triptik.

Impreso por la Organización Mundial del Comercio.

La Ayuda para el Comercio tiene por objeto permitir a los países en desarrollo, y en particular a los países menos adelantados (PMA), utilizar el comercio para fomentar el crecimiento económico, el desarrollo sostenible y la reducción de la pobreza. Promueve la integración de los países en desarrollo, especialmente los PMA, en el sistema multilateral de comercio y su objetivo es movilizar el apoyo necesario para crear capacidad de oferta e infraestructura relacionada con el comercio en estos países a fin de mejorar los resultados comerciales.

La presente publicación se basa en las respuestas al cuestionario facilitadas por los participantes en el marco del ejercicio conjunto de vigilancia y evaluación de la OCDE y la OMC de 2022, en el que se sustenta el Examen Global de la Ayuda para el Comercio 2022 de la OMC.

En ella se analizan las respuestas al cuestionario de vigilancia y evaluación y se describen las esferas y cuestiones prioritarias relativas a la iniciativa de Ayuda para el Comercio para 2022 y los próximos años.