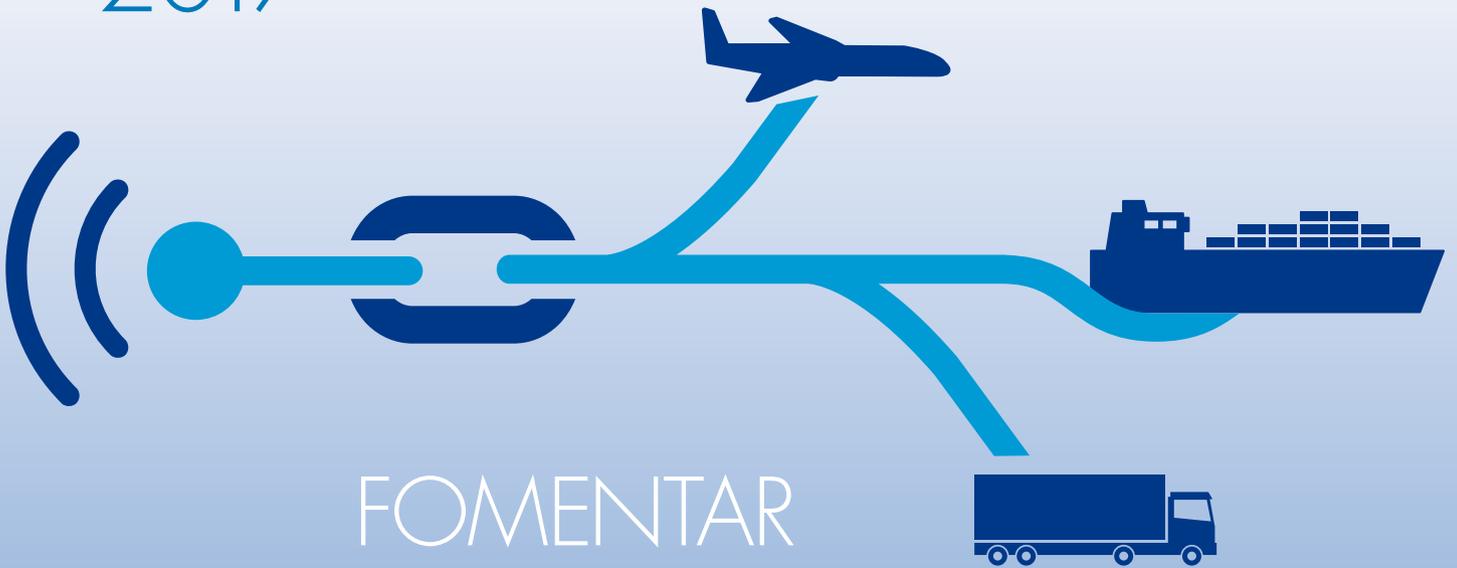




ORGANIZACIÓN  
MUNDIAL  
DEL COMERCIO



# LA **AYUDA** PARA **EL COMERCIO** EN SÍNTESIS 2017



FOMENTAR  
EL COMERCIO,  
LA INCLUSIÓN  
Y LA CONECTIVIDAD  
EN FAVOR DEL DESARROLLO  
SOSTENIBLE



# LA **AYUDA** PARA **EL COMERCIO** EN SÍNTESIS 2017

FOMENTAR EL COMERCIO,  
LA INCLUSIÓN  
Y LA CONECTIVIDAD  
EN FAVOR DEL DESARROLLO  
SOSTENIBLE



ORGANIZACIÓN  
MUNDIAL  
DEL COMERCIO



OCDE

Las opiniones expresadas y los argumentos empleados en esta publicación no reflejan necesariamente las opiniones oficiales de los países miembros de la OCDE o de la Organización Mundial del Comercio o sus Miembros.

El presente documento y cualquier mapa que figure en él se entenderán sin perjuicio de la situación jurídica o la soberanía de ningún territorio, ni de la delimitación de las fronteras y límites internacionales, ni del nombre de ningún territorio, ciudad o zona.

Sírvase citar la presente publicación como:

*La Ayuda para el Comercio en síntesis: Fomentar el comercio, la inclusión y la conectividad en favor del desarrollo sostenible*, publicación de la OCDE y la OMC (2017), OMC, Ginebra/OECD Publishing, París.

[http://dx.doi.org/10.1787/ayuda\\_sintesis-2017-es](http://dx.doi.org/10.1787/ayuda_sintesis-2017-es)

ISBN OCDE: 978-92-64-30512-0 (impreso); 978-92-64-27922-3 (libro electrónico/PDF)

ISBN OMC: 978-92-870-4515-7 ((impreso); 978-92-870-4516-4 (libro electrónico/PDF)

Biennial:

ISSN 2410-2016 (impreso)

ISSN 2410-2024 (en línea)

Los corrigendos de las publicaciones de la OCDE se pueden consultar en línea en: [www.oecd.org/publishing/corrigenda](http://www.oecd.org/publishing/corrigenda)

© OCDE, OMC 2017

El material de la OCDE puede descargarse, reproducirse o imprimirse para uso personal, y pueden incluirse fragmentos de las publicaciones, bases de datos y productos multimedia de la OCDE en documentos, ponencias, blogs, sitios web y material didáctico personales, siempre que se reconozcan el origen y la titularidad de los derechos de autor de la OCDE y la OMC. Todas las peticiones de uso comercial o público y de derechos de traducción deben enviarse a la dirección [rights@oecd.org](mailto:rights@oecd.org). Las solicitudes del permiso para fotocopiar parte del material para su uso público o comercial deben dirigirse directamente al Copyright Clearance Center (CCC) en la dirección [info@copyright.com](mailto:info@copyright.com) o al Centre français d'exploitation du droit de copie (CFC) en la dirección [contact@cfcopies.com](mailto:contact@cfcopies.com).

# PRÓLOGO

La iniciativa de Ayuda para el Comercio se puso en marcha en 2005 con el objetivo de abordar las limitaciones de la oferta y de infraestructura relacionada con el comercio que frecuentemente dificultan la participación de los países en desarrollo en el comercio mundial. Estamos orgullosos de que se hayan desembolsado más de 300.000 millones de dólares EE.UU. en programas y proyectos de ayuda para el comercio desde que se puso en marcha esta iniciativa. Hacemos notar que el 27% de esos fondos se ha destinado a países menos adelantados y recordamos las dificultades que estos siguen afrontando.

Los análisis recabados para el presente informe, de países en desarrollo y países menos adelantados, comunidades económicas regionales y sus asociados para el desarrollo, ponen de relieve que la ayuda para el comercio produce resultados que propician el comercio inclusivo y el desarrollo. Los efectos positivos que han tenido las medidas de aplicación del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio resultan alentadores.

Para promover un comercio inclusivo en aras de un desarrollo sostenible es necesario mejorar la conectividad, tanto física como digital. Sin conectividad no hay comercio y todos somos más pobres. Para hacer frente a ese reto debe mobilizarse una ayuda para el comercio más cuantiosa y de mejor calidad. La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible hace aún más pertinente la iniciativa de Ayuda para el Comercio.

Los elevados costos del comercio obligan a muchas empresas a pedir precios que las excluyen de los mercados, lo que acrecienta el aislamiento económico. También se observa que las redes digitales se entrelazan con la infraestructura física relacionada con el comercio y forman parte integrante del mismo. Unos 3.900 millones de personas siguen sin tener conexión a Internet; en África, solo 1 habitante de cada 4 utiliza Internet y, en los PMA, solo 1 de cada 7.

La brecha digital es también una brecha de acceso a los mercados. Sin una conexión asequible, los particulares y las empresas no pueden acceder al mercado de Internet. Y sin los conocimientos técnicos y el entorno reglamentario necesarios, las microempresas y las pymes no pueden prosperar.

Esta situación tiene que cambiar. Hay que colmar esas lagunas de conectividad. Si no se actúa, las desigualdades existentes entre economías desarrolladas y economías en desarrollo se podrían agravar, al igual que las que hay dentro de cada país entre mujeres y hombres, población rural y urbana, y pequeñas y grandes empresas.

En esta publicación conjunta de la OCDE y de la OMC, para la que se ha contado con contribuciones de otras organizaciones, se examina lo que se está haciendo actualmente y lo que habrá que hacer en el futuro para crear la capacidad humana, institucional y en materia de infraestructura que permita a los países en desarrollo, y en particular a los países menos adelantados, obtener mayores beneficios de las oportunidades que les brinda el comercio.



**Angel Gurría**  
**Secretario General de la OCDE**



**Roberto Azevêdo**  
**Director General de la OMC**



# AGRADECIMIENTOS

La publicación *La Ayuda para el Comercio en síntesis: Promover el comercio inclusivo y la conectividad para el desarrollo sostenible* se ha elaborado bajo la dirección del Comité de Asistencia para el Desarrollo y el Comité de Comercio de la OCDE, junto con el Comité de Comercio y Desarrollo de la OMC.

Las Secretarías de la OCDE y la OMC desean expresar su reconocimiento a todos los gobiernos, organizaciones intergubernamentales, organizaciones no gubernamentales y empresas privadas que han participado en el ejercicio de vigilancia y evaluación de la ayuda para el comercio de 2017.

El informe ha sido preparado bajo la dirección general de Frans Lammersen (OCDE) y Michael Roberts (OMC), con el apoyo de Jorge Moreira da Silva y Ken Ash (OCDE) y Shishir Priyadarshi (OMC) en lo que respecta a la gestión.

El capítulo 2 fue escrito por Michael Roberts (OMC); el capítulo 3, por Marie-Agnès Jouanjean (OCDE) y Jan Hoffmann (UNCTAD); el capítulo 4, por Martin Roy (OMC); el capítulo 5, por Vanessa Gray y Cosmas Zavazava (UIT); el capítulo 6, por Marcus Bartley Johns, Michael Ferrantino y Martin Molinuevo (Grupo del Banco Mundial); el capítulo 7, por Torbjörn Fredriksson y Diana Korka (UNCTAD); el capítulo 8, por Jasmeer Virdee (ITC); el capítulo 9, por Barbara Rippel y Daria Shatskova (MIM); el capítulo 10, por Kati Suominen (Business for eTrade development); el capítulo 11, por Raffaella Muoio (OCDE); y el capítulo 12, por Nazia Mohammed (OMC). Los perfiles de los países los preparó Rainer Lanz (OMC).

Deseamos además expresar nuestro reconocimiento a las siguientes personas: Sive Einarsson, Janos Ferencz, Javier López-González, Tomas Hos, Michael Laird, Evdokia Moisé, Julia Nielson, Nadine Piefer, Anne-Lise Prigent, Cécile Sangare y Silvia Sorescu (todos de la OCDE); Terfa Ashwe, Christophe Degain, Barbara Marcetich, Andreas Maurer, Théo Mbise, Roberta Piermartini, Roy Santana, Sainabou Taal, Lee Tuthill y Julia Zamora (todos de la OMC); Maja Andjelkovic, Lillyana Daza-Jaller, Arsala Deane, Ankur Huria, Prasanna Lal Das y Daniel Saslavsky (todos del Grupo del Banco Mundial); Hanna Bucher Jose, Armando Cobian Álvarez, Christina Dienhart, Vanessa Erogbogbo, Loe Franssen, Marion Jansen, Michelle Ayu Chinta Kristy, Anna Claudia Zaleski Mori, Antonina Popova, Evelyn Seltier, Govind Venuprasad, Matthew Wilson y Quan Zhao (todos del ITC); Youlia Lozanova (UIT); y Evgeniia Zhuravleva (EIF). Andrzej Suchodolski (OCDE) y Ann Gordon (consultora) proporcionaron apoyo estadístico.

El informe fue editado por Christine Graves y diseñado por Peggy Ford Fyffe King. El equipo contó con la asistencia de Clare Lannigan y Susan Hodgson (OCDE).



# ÍNDICE

<b>PRÓLOGO</b> .....	3
<b>AGRADECIMIENTOS</b> .....	5
<b>SIGLAS Y ABREVIATURAS</b> .....	21
<b>RESUMEN</b> .....	25
<b>CAPÍTULO 1 VISIÓN GENERAL: FOMENTAR EL COMERCIO, LA INCLUSIÓN Y LA CONECTIVIDAD EN FAVOR DEL DESARROLLO SOSTENIBLE</b> .....	29
Introducción .....	30
¿Quién participó en el ejercicio conjunto OCDE-OMC de vigilancia de la Ayuda para el Comercio? .....	31
<b>CAPÍTULO 2 CONTEXTO GENERAL</b> .....	59
<i>Contribución de la Organización Mundial del Comercio</i>	
Introducción .....	60
La conectividad digital añade una nueva dimensión a la economía mundial .....	62
Costos comerciales y conectividad digital .....	68
Abordar los costos del comercio digital .....	76
Colmar la brecha existente en las políticas de comercio digital .....	81
La ayuda para el comercio puede promover la conectividad digital .....	82
Conclusiones .....	90
<b>CAPÍTULO 3 CONECTIVIDAD DIGITAL Y LOGÍSTICA COMERCIAL - ENVÍO, CRUCE DE FRONTERA Y ENTREGA DE MERCANCÍAS</b> .....	95
<i>Contribución de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos y la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo</i>	
Introducción .....	96
La conectividad tradicional es importante para el comercio digital .....	97
La aplicación del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio promueve la conectividad transfronteriza .....	103
La digitalización y el comercio digital plantean nuevas oportunidades y desafíos .....	108
Las corrientes de información potencian la cadena logística del comercio .....	115
Conclusiones .....	120
<b>CAPÍTULO 4 CONTRIBUCIÓN DE LAS POLÍTICAS RELATIVAS AL COMERCIO DE SERVICIOS A LA CONECTIVIDAD Y EL DESARROLLO</b> .....	127
<i>Contribución de la Organización Mundial del Comercio</i>	
Introducción .....	128
El comercio de servicios está cobrando cada vez más importancia en la economía mundial .....	128
Los servicios contribuyen de muchas maneras a promover la conectividad .....	132
Las políticas relativas al comercio de servicios repercuten en la conectividad .....	142
La ayuda para el comercio y las políticas relativas al comercio de servicios .....	150
Conclusiones .....	154

<b>CAPÍTULO 5 COLMAR LA BRECHA DE INTERNET PARA IMPULSAR EL DESARROLLO</b> .....	161
<i>Contribución de la Unión Internacional de Telecomunicaciones</i>	
Introducción.....	162
La infraestructura, la conectividad y la calidad del servicio de las TIC varían enormemente .....	166
Los precios frenan el acceso a la sociedad mundial de la información .....	180
Los obstáculos socioeconómicos impiden la incorporación de muchas personas a la sociedad de la información.....	190
Conclusiones .....	195
<b>CAPÍTULO 6 MEJORAR EL ENTORNO DEL COMERCIO ELECTRÓNICO</b> .....	201
<i>Contribución del Banco Mundial</i>	
Introducción.....	202
El entorno del comercio electrónico debe sustentarse en el de la economía digital en su conjunto .....	202
El comercio electrónico requiere infraestructura, un buen entorno empresarial y recursos humanos .....	203
Logística del comercio electrónico y facilitación del comercio.....	211
Evaluar los desafíos a los que se enfrenta cada país es una prioridad de la ayuda para el comercio .....	213
Conclusiones .....	215
<b>CAPÍTULO 7 EXPLOTAR LAS POSIBILIDADES DEL COMERCIO ELECTRÓNICO EN FAVOR DE UN DESARROLLO SOSTENIBLE</b> .....	219
<i>Contribución de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo</i>	
Introducción.....	220
Evaluar el grado de preparación de los países para participar en el comercio electrónico como primer paso para mejorar los resultados de las políticas.....	229
Políticas y estrategias nacionales que pueden propiciar el comercio electrónico.....	234
Importancia de la adopción de decisiones y políticas fundamentadas, así como de la participación de las partes interesadas .....	234
¿Cómo puede contribuir la ayuda para el comercio a la preparación para el comercio electrónico? .....	239
Conclusiones .....	241
<b>CAPÍTULO 8 RESOLVER LAS DIFERENCIAS DE CONECTIVIDAD ENTRE GRANDES Y PEQUEÑAS EMPRESAS Y ENTRE HOMBRES Y MUJERES</b> .....	247
<i>Contribución del Centro de Comercio Internacional</i>	
Introducción.....	248
Conectar a las pymes con los mercados internacionales es una prioridad para el desarrollo .....	248
La posventa es una fase importante del comercio electrónico.....	260
Los recursos en línea pueden contribuir a que las empresas propiedad de mujeres se conecten a los mercados internacionales.....	262
Conclusiones .....	268

<b>CAPÍTULO 9 FOMENTAR LA INCLUSIÓN COMERCIAL EN LOS PAÍSES MENOS ADELANTADOS MEDIANTE LA CONECTIVIDAD</b> .....	273
<i>Contribución del Marco Integrado mejorado</i>	
Introducción.....	274
Los países menos adelantados aún no aprovechan plenamente el potencial de la conectividad a internet .....	275
Las medidas de reglamentación pueden promover o frenar la conectividad .....	279
Las alianzas pueden contribuir a mejorar la conectividad en los PMA.....	283
Conclusiones .....	288
<b>CAPÍTULO 10 PRIORIDADES PÚBLICO-PRIVADAS DE LA AYUDA PARA EL COMERCIO EN LA ERA DIGITAL</b> .....	297
<i>Contribución de Business for eTrade Development</i>	
Introducción.....	298
En los países en desarrollo hay percepciones distintas sobre los obstáculos al comercio digital.....	300
Formas en que el sector privado crea nuevas economías de comercio electrónico .....	308
Los negocios pueden ayudar a los encargados de la formulación de políticas a encontrar formas de catalizar el comercio electrónico .....	315
Las asociaciones público-privadas pueden crear un nuevo paradigma de desarrollo .....	319
Conclusiones .....	321
<b>CAPÍTULO 11 FINANCIAR LA CONECTIVIDAD: PRIORIDADES, POLÍTICAS Y PROGRAMAS DE AYUDA PARA EL COMERCIO</b> .....	325
<i>Contribución de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos</i>	
Introducción.....	326
La ayuda para el comercio es un componente esencial de la financiación para el desarrollo.....	326
Desembolsos de ayuda para el comercio, por sectores, regiones geográficas y grupos de ingreso .....	332
La infraestructura relacionada con el comercio es un catalizador del desarrollo.....	338
El apoyo de los donantes a las TIC es esencial para el desarrollo .....	345
Los datos empíricos demuestran la eficacia de la ayuda para el comercio .....	349
La forma de avanzar .....	352
Conclusiones .....	360
<b>CAPÍTULO 12 AYUDA PARA EL COMERCIO INCLUSIVO Y LA REDUCCIÓN DE LA POBREZA</b> .....	367
<i>Contribución de la Organización Mundial del Comercio</i>	
Introducción.....	368
Correlación entre la baja conectividad y la pobreza.....	370
¿En qué medida reduce la pobreza la conectividad?.....	382
¿Qué hemos aprendido de los programas de ayuda para el comercio de 2017? .....	388
Conclusiones .....	391

**PERFILES POR PAÍSES** .....397**Notas explicativas** ..... 399

Los Perfiles por países de la ayuda para el comercio están disponibles en línea en versión inglesa:

[https://www.wto.org/english/tratop\\_e/devel\\_e/a4t\\_e/aft\\_profiles\\_e.htm](https://www.wto.org/english/tratop_e/devel_e/a4t_e/aft_profiles_e.htm)

Antigua y Barbuda	Côte d'Ivoire	Madagascar	República	Senegal
Bangladesh	Dominica	Malí	Democrática	Sierra Leona
Barbados	El Salvador	Mauricio	del Congo	Sri Lanka
Belice	Filipinas	México	República	Sudán
Benin	Gabón	Myanmar	Democrática Popular	Suriname
Botswana	Gambia	Namibia	Lao	Tanzanía
Burkina Faso	Granada	Nepal	República	Togo
Burundi	Guatemala	Níger	Dominicana	Tonga
Camerún	Guinea	Pakistán	Rwanda	Uganda
Chad	Guinea-Bissau	Papua Nueva Guinea	Saint Kitts y Nevis	Uruguay
Colombia	Honduras	Paraguay	Samoa	Viet Nam
Comoras	Indonesia	Perú	San Vicente	Yemen
Congo	Lesotho	República	y las Granadinas	Zambia
Costa Rica		Centroafricana	Santa Lucía	Zimbabwe

**ANEXOS****Notas estadísticas** ..... 407**ANEXO A DATOS FUNDAMENTALES SOBRE LA AYUDA PARA EL COMERCIO** .....411

Cuadro A.1. Ayuda para el comercio, por categorías	411
Cuadro A.2. Ayuda para el comercio, por categorías y regiones	412
Cuadro A.3. Ayuda para el comercio, por categorías y grupos de ingreso	413
Cuadro A.4. Ayuda para el comercio, por proveedores	414
Cuadro A.5a. Los 20 principales proveedores de ayuda para el comercio en 2015, compromiso	415
Cuadro A.5b. Los 20 principales proveedores de ayuda para el comercio en 2015, desembolsos	415
Cuadro A.6. Ayuda para el comercio, por países receptores	416
Cuadro A.7a. Los 20 principales receptores de ayuda para el comercio en 2015, compromisos	419
Cuadro A.7b. Los 20 principales receptores de ayuda para el comercio en 2015, desembolsos	419
Cuadro A.8. Programas regionales y mundiales de ayuda para el comercio	420
Cuadro A.9. Programas regionales y mundiales de ayuda para el comercio, por categorías	420
Cuadro A.10. Donaciones y préstamos de la ayuda para el comercio, por categorías	421
Cuadro A.11. Canales de suministro de la ayuda para el comercio	421
Cuadro A.12. Ayuda para el comercio, por proveedores y categorías, compromisos	422
Cuadro A.13. Ayuda para el comercio, por proveedores y categorías, desembolsos	424
Cuadro A.14. Ayuda para el comercio, por proveedores y regiones, compromisos	426
Cuadro A.15. Ayuda para el comercio, por proveedores y regiones, desembolsos	429
Cuadro A.16. Ayuda para el comercio, por proveedores y grupos de ingresos, compromisos	432
Cuadro A.17. Ayuda para el comercio, por proveedores y grupos de ingreso, desembolsos	435
Cuadro A.18. Otras corrientes oficiales relacionadas con el comercio, por categoría	437
Cuadro A.19. Otras corrientes oficiales relacionadas con el comercio, por proveedores	438
Cuadro A.20. Otras corrientes oficiales relacionadas con el comercio, por países receptores	439

<b>ANEXO B</b>	<b>LISTA DE RECEPTORES DE AOD ESTABLECIDA POR EL CAD, POR GRUPOS DE INGRESO</b> .....	443
<b>ANEXO C</b>	<b>LISTA DE PAÍSES CON DERECHO A RECIBIR AOD ESTABLECIDA POR EL CAD, POR REGIONES</b> .....	445
<b>ANEXO D</b>	<b>AYUDA PARA EL COMERCIO: SECTORES Y DEFINICIONES</b> .....	447
<b>ANEXO E</b>	<b>VISIÓN DE CONJUNTO DE LOS RELATOS DE EXPERIENCIAS CONCRETAS EN RELACIÓN CON LA AYUDA PARA EL COMERCIO</b> .....	455

## CUADROS, GRÁFICOS Y RECUADROS

### CAPÍTULO 1

#### Gráficos

Gráfico 1.1.	Respuestas presentadas en el marco del ejercicio de vigilancia de la Ayuda para el Comercio .....	31
Gráfico 1.2.	Programas en los que se centran los relatos de experiencias concretas presentados en el contexto del ejercicio conjunto OCDE-OMC de vigilancia de la Ayuda para el Comercio .....	32
Gráfico 1.3.	Prioridades de ayuda para el comercio de los organismos asociados y los donantes .....	33
Gráfico 1.4.	Costos de flete y seguro en porcentaje del valor de las importaciones, promedios móviles a 10 años por grupos de países, 1989-2016. ....	34
Gráfico 1.5.	Herramientas de automatización introducidas, por tipos de herramientas y grupos de países .....	35
Gráfico 1.6.	Herramientas de automatización para la cooperación entre organismos nacionales que intervienen en la frontera .....	36
Gráfico 1.7.	Opiniones de los asociados sobre los ODS que el crecimiento del comercio de servicios puede contribuir a alcanzar .....	37
Gráfico 1.8.	Penetración de las TIC, por nivel de desarrollo, 2016. ....	40
Gráfico 1.9.	Modelo esquemático de los beneficios derivados del comercio electrónico a diferentes niveles de desarrollo .....	41
Gráfico 1.10.	“Comercio Electrónico para Todos”: Marco analítico del comercio electrónico. ....	43
Gráfico 1.11.	Preparación para el comercio electrónico, por indicadores de distintos componentes y regiones geográficas. ....	44
Gráfico 1.12.	Proporciones relativas de pequeñas y grandes empresas con un sitio web comercial. ....	45
Gráfico 1.13.	Cadena de procesos del comercio electrónico. ....	46
Gráfico 1.14.	Beneficios derivados del acceso a Internet de las mujeres y las niñas. ....	46
Gráfico 1.15.	Generaciones de reglamentación. ....	47
Gráfico 1.16.	Usuarios de Internet por cada 100 habitantes en los PMA, 2015 .....	48
Gráfico 1.17.	Percepción de los comerciantes respecto a los obstáculos al comercio electrónico transfronterizo, por tamaño de las empresas. ....	49
Gráfico 1.18.	Compromisos y desembolsos de ayuda para el comercio, por categorías, 2002-2015 .....	51
Gráfico 1.19.	Tiempo necesario para exportar y costo de la exportación y PIB per cápita, por regiones. ....	52
Gráfico 1.20.	Índice de pobreza por regiones y porcentaje de usuarios de Internet .....	53
Gráfico 1.21.	Contribución de la ayuda para el comercio a los ODS. ....	54

#### Anexo

Anexo 1.A1.	.....	56
-------------	-------	----

**CAPÍTULO 2****Cuadros**

Cuadro 2.1.	Metas de inclusión digital.....	69
-------------	---------------------------------	----

**Gráficos**

Gráfico 2.1.	Prioridades de los países en desarrollo en materia de ayuda para el comercio .....	60
Gráfico 2.2.	Prioridades de los donantes en materia de ayuda para el comercio .....	61
Gráfico 2.3.	Diez principales problemas con que tropiezan las empresas y los consumidores para acceder a los servicios de Internet y utilizarlos, según indican los Gobiernos de los países en desarrollo .....	70
Gráfico 2.4.	Vías de acceso al comercio electrónico, tipos de transacciones y modos de pago y entrega .....	71
Gráfico 2.5.	Diez principales problemas de exportación con que tropiezan las microempresas y las pequeñas y medianas empresas en relación con las transacciones transfronterizas de comercio electrónico ...	71
Gráfico 2.6.	Dificultades que plantea la compra en línea de mercancías a la administración de aduanas y otras autoridades encargadas de la gestión de las fronteras .....	73
Gráfico 2.7.	Frecuencia con que se plantearon inquietudes relacionadas con TIC en el Comité OTC de la OMC .....	75
Gráfico 2.8.	Condiciones previas para la participación.....	76
Gráfico 2.9.	Esferas prioritarias del apoyo de los donantes para la conectividad digital .....	84
Gráfico 2.10.	Tipos de apoyo ofrecidos para promover la conectividad digital.....	85

**Recuadros**

Recuadro 2.1.	La Agenda de Conectividad del APEC .....	62
Recuadro 2.2.	Dificultades de los países sin litoral para conseguir la conectividad digital .....	63
Recuadro 2.3.	Panorama de las principales mejoras en eficiencia gracias a la conectividad digital .....	64
Recuadro 2.4.	El rompecabezas de las definiciones y las mediciones .....	67
Recuadro 2.5.	Problemas relacionados con el comercio electrónico transfronterizo comunicados por funcionarios de aduanas de Asia Central.....	74
Recuadro 2.6.	Algunos compromisos en materia de políticas nacionales contraídos en la Conferencia de Plenipotenciarios de la UIT celebrada en 2014.....	77
Recuadro 2.7.	Resumen de algunas actividades nacionales en apoyo de la conectividad digital.....	79
Recuadro 2.8.	Resumen de algunas actividades regionales en apoyo de la conectividad digital .....	80
Recuadro 2.9.	Adaptación al mundo digital para salvar la brecha digital .....	81
Recuadro 2.10.	La política comercial y la disponibilidad (y asequibilidad) de las conexiones digitales .....	83
Recuadro 2.11.	Lograr una infraestructura de calidad con TIC japonesa.....	86
Recuadro 2.12.	El cableado del Pacífico .....	87
Recuadro 2.13.	Iniciativa Conectar África (Connect Africa) .....	88
Recuadro 2.14.	Los cuatro segmentos de la infraestructura de la conectividad .....	89

**CAPÍTULO 3****Gráficos**

Gráfico 3.1.	Costos de flete y seguro en porcentaje del valor de las importaciones, promedios móviles a 10 años por grupos de países, 1989-2016.....	99
Gráfico 3.2.	Promedio de compañías de líneas regulares por país, tamaño medio de los buques (TEU) por país y tamaño medio del buque más grande (TEU) por país, 2004-2016 .....	101

Gráfico 3.3.	Correlación entre la aplicación de la facilitación del comercio, los indicadores del índice de desarrollo humano y los indicadores de comercio transfronterizo del Índice <i>Doing Business</i> . . . . .	104
Gráfico 3.4.	Prioridades de la ayuda para el comercio del país asociado . . . . .	107
Gráfico 3.5.	Instantánea de una muestra completa de los indicadores de facilitación del comercio de 2017, por grupos de ingresos . . . . .	107
Gráfico 3.6.	Instantánea de una muestra completa de los indicadores de facilitación del comercio de 2017, por regiones . . . . .	108
Gráfico 3.7.	Herramientas de automatización introducidas, por tipos de herramientas y grupos de países . . . . .	110
Gráfico 3.8.	Herramientas de automatización para la cooperación entre organismos nacionales que intervienen en la frontera . . . . .	111

### Recuadros

Recuadro 3.1.	Diferentes repercusiones de los procedimientos en frontera . . . . .	106
Recuadro 3.2.	Intercambio de datos en las cadenas agrícolas y alimentarias . . . . .	118
Recuadro 3.3.	Potencial de la digitalización para el comercio de ganado y de carne en África . . . . .	119

## CAPÍTULO 4

### Cuadros

Cuadro 4.1.	Porcentaje del total de los desembolsos de ayuda para el comercio, por sector (2002 a 2015). . . . .	150
-------------	--	-----

### Gráficos

Gráfico 4.1.	Valor añadido por los servicios, como porcentaje del PIB. . . . .	129
Gráfico 4.2.	Estructura del comercio mundial . . . . .	130
Gráfico 4.3.	Opiniones de los países asociados sobre la importancia del comercio de servicios para el logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible . . . . .	131
Gráfico 4.4.	Reconocimiento en las estrategias nacionales de desarrollo del valor de los servicios en las exportaciones. . . . .	134
Gráfico 4.5.	Valor añadido por los servicios a las exportaciones de productos manufacturados, 2011 . . . . .	135
Gráfico 4.6.	¿Cuáles son las principales dificultades que encuentran las empresas y los consumidores de su país en relación con el acceso a los servicios de Internet y su utilización? . . . . .	138
Gráfico 4.7.	Exportaciones de servicios comerciales, por categoría principal y subsector. . . . .	139
Gráfico 4.8.	Crecimiento de las exportaciones mundiales de servicios comerciales, por subsector, 1995-2014 . . . . .	140
Gráfico 4.9.	Puntuaciones del índice de restrictividad del comercio de mercancías de las economías en desarrollo y desarrolladas, por sector . . . . .	144
Gráfico 4.10.	Porcentaje de las listas que incluye compromisos para los modos 1 y 3 en determinados sectores. . . . .	145
Gráfico 4.11.	Índice de restrictividad del comercio de servicios en relación con los tiempos de importación y exportación (promedios de 2014) . . . . .	147
Gráfico 4.12.	Asistencia oficial para el desarrollo y participación del sector privado en obras de infraestructura, por sector (2004 a 2015) . . . . .	151

### Recuadros

Recuadro 4.1.	El comercio de servicios y los modos de suministro. . . . .	130
Recuadro 4.2.	Los pagos móviles en Rwanda y Sudáfrica . . . . .	137
Recuadro 4.3.	Servicios de TIC en Jordania y el Senegal. . . . .	140
Recuadro 4.4.	Obstáculos al comercio de servicios . . . . .	142
Recuadro 4.5.	El proyecto de política sobre inversiones de Myanmar. . . . .	153

**CAPÍTULO 5****Cuadros**

Cuadro 5.1.	Países en que más elevados eran los precios de la banda ancha fija en 2015 .....	185
-------------	--	-----

**Gráficos**

Gráfico 5.1.	Variaciones mundiales de los niveles de penetración de las TIC, 2006-2016 .....	162
Gráfico 5.2.	Niveles de penetración de las TIC, por regiones geográficas, 2016 .....	163
Gráfico 5.3.	Valores del Índice de Desarrollo de las TIC (IDT) de los PMA, comparados con los de todos los países en desarrollo, los de los países desarrollados y los valores mundiales .....	164
Gráfico 5.4.	Penetración de las TIC, por niveles de desarrollo, 2016 .....	165
Gráfico 5.5.	Número de países que han logrado hacer asequible la banda ancha de conformidad con el objetivo de la Comisión de la Banda Ancha, 2015 .....	166
Gráfico 5.6.	Precios de la banda ancha móvil y fija, 2015 .....	166
Gráfico 5.7.	Población mundial cubierta como mínimo por una red 2G, 3G o LTE .....	167
Gráfico 5.8.	Cobertura de red móvil y nuevas tecnologías en los PMA .....	168
Gráfico 5.9.	Usuarios de Internet por cada 100 habitantes en los PMA, 2015 .....	169
Gráfico 5.10.	Penetración de la banda ancha móvil y fija, 2016 .....	170
Gráfico 5.11.	Penetración de la banda ancha fija, por velocidades, 2015 .....	171
Gráfico 5.12.	Abonos a banda ancha fija en algunos países, por velocidades, 2015 .....	173
Gráfico 5.13.	Redes de transmisión troncal de TIC .....	174
Gráfico 5.14.	Metros de línea de redes troncales de fibra y microondas por habitante, por regiones, 2016 .....	175
Gráfico 5.15.	Participación del total de la anchura de banda internacional de Internet, por regiones .....	175
Gráfico 5.16.	Anchura de banda internacional de Internet por habitante, por regiones, 2015 .....	176
Gráfico 5.17.	Generaciones de reglamentación .....	177
Gráfico 5.18.	Fórmulas ganadoras: recetas de reglamentación para la adopción efectiva de las TIC .....	178
Gráfico 5.19.	Subcesta de la banda ancha fija, en porcentaje del INB per cápita, en dólares ajustados a la PPA y dólares EE.UU., 2008-2015 .....	181
Gráfico 5.20.	Velocidades básicas más comunes de la banda ancha fija, a nivel mundial y por niveles de desarrollo .....	184
Gráfico 5.21.	Disponibilidad de los servicios de banda ancha móvil, por tipo de servicio y nivel de desarrollo, 2012-2015 .....	186
Gráfico 5.22.	Subcesta de la banda ancha móvil, en porcentaje del INB per cápita, en dólares ajustados por la PPA y dólares EE.UU., 2013-2015 .....	187
Gráfico 5.23.	Uso de Internet en desplazamiento en algunas economías, 2013 y 2014 .....	189
Gráfico 5.24.	Uso de Internet por nivel educativo, países desarrollados y países en desarrollo, 2013-2015 .....	191
Gráfico 5.25.	Proporción de personas que utilizan Internet, por sexo, 2016 .....	192
Gráfico 5.26.	Brecha de género en el uso de Internet, 2013 y 2016 .....	192
Gráfico 5.27.	Medidas relacionadas con la oferta y con la demanda que se pueden adoptar para incrementar el uso de Internet .....	194

**Recuadros**

Recuadro 5.1.	Los países menos adelantados y el Índice de Desarrollo de las TIC .....	164
Recuadro 5.2.	Comparación de las redes de banda ancha fija y móvil .....	172
Recuadro 5.3.	Generaciones de reglamentación en materia de TI .....	177

Recuadro 5.4.	Fórmulas ganadoras para los mercados de la banda ancha fija y móvil .....	178
Recuadro 5.5.	Efecto de las medidas impositivas en el despliegue y la adopción de los servicios de banda ancha .....	179

## CAPÍTULO 6

### Gráficos

Gráfico 6.1.	Componentes básicos del entorno del comercio electrónico .....	202
Gráfico 6.2.	Restricciones en el sector de servicios y uso de tecnología de la información en las empresas.....	205
Gráfico 6.3.	Proporción de personas que utilizan Internet, por nivel educativo .....	206
Gráfico 6.4.	Competencias esenciales para el entorno del comercio electrónico .....	207
Gráfico 6.5.	Pirámide de las competencias digitales .....	208
Gráfico 6.6.	Fases de la automatización en la facilitación del comercio .....	212
Gráfico 6.7.	Modelo esquemático de los beneficios derivados del comercio electrónico a diferentes niveles de desarrollo económico .....	215

### Recuadros

Recuadro 6.1.	Mejorar el entorno para los pagos electrónicos .....	210
---------------	--	-----

## CAPÍTULO 7

### Cuadros

Cuadro 7.1.	Comercio electrónico B2B y B2C en 10 grandes economías, 2015 .....	221
Cuadro 7.2.	Número estimado de compradores en línea en todo el mundo, por regiones, 2013 y 2018 .....	222
Cuadro 7.3.	Diez principales empresas minoristas que venden por Internet en los Estados Unidos, Europa, Asia y América Latina, 2012-2013 .....	224
Cuadro 7.4.	Envíos internacionales de paquetes y bultos pequeños, 2011 y 2016 (corrientes regionales como proporción de las corrientes mundiales .....	226

### Gráficos

Gráfico 7.1.	Ventas mundiales de comercio electrónico B2C en todo el mundo, por regiones, 2013 y 2018 .....	222
Gráfico 7.2.	Porcentaje de usuarios de Internet que participan en compras en línea y redes sociales, determinados países, 2015 .....	223
Gráfico 7.3.	Proporción de empresas que reciben pedidos por Internet, por tamaño de la empresa, determinadas economías .....	230
Gráfico 7.4.	Distribución de servidores seguros de Internet, por región y categoría de país, 2013 .....	231
Gráfico 7.5.	Preparación para el comercio electrónico, por indicadores componentes y regiones geográficas .....	232
Gráfico 7.6.	"Comercio Electrónico para Todos": Marco analítico del comercio electrónico .....	241

### Recuadros

Recuadro 7.1.	Opiniones de los países asociados acerca de los datos sobre comercio electrónico .....	220
Recuadro 7.2.	Opinión de un país asociado acerca del uso del comercio electrónico .....	224
Recuadro 7.3.	Opinión del Banco Mundial sobre el valor de Internet para el comercio .....	225
Recuadro 7.4.	Visión de Sri Lanka para 2022 .....	227
Recuadro 7.5.	Opiniones de los países asociados acerca del estado del comercio electrónico en su territorio .....	231
Recuadro 7.6.	Agenda de Túnez para la Sociedad de la Información, 2005 .....	234
Recuadro 7.7.	Comunidad Económica de los Estados de África Occidental .....	237
Recuadro 7.8.	Opinión del Banco Asiático de Desarrollo sobre los obstáculos al comercio electrónico en Asia .....	239

**CAPÍTULO 8****Cuadros**

Cuadro 8.1.	Lista de referencia para que los responsables de la formulación de políticas impulsen la digitalización de las pequeñas empresas .....	252
Cuadro 8.2.	Lista de referencia para la creación de empresas en línea .....	254
Cuadro 8.3.	Lista de referencia para promover los pagos electrónicos internacionales.....	255
Cuadro 8.4.	Valor de las transacciones electrónicas, por métodos de pago y regiones (2012) .....	258
Cuadro 8.5.	Lista de referencia para facilitar la entrega transfronteriza .....	258
Cuadro 8.6.	Lista de referencia para el servicio posventa .....	260
Cuadro 8.7.	Lista de referencia en materia de comercio electrónico para los responsables de la formulación de políticas.....	261
Cuadro 8.8.	Brecha de género en el uso de Internet, por regiones.....	263
Cuadro 8.9.	Consecución del ODS 5.b: lista de referencia para los responsables de la formulación de políticas.....	268

**Gráficos**

Gráfico 8.1.	Proporciones relativas de pequeñas y grandes empresas con un sitio web comercial.....	249
Gráfico 8.2.	Uso de TIC por las empresas de Ghana .....	250
Gráfico 8.3.	Cadena de procesos del comercio electrónico.....	253
Gráfico 8.4.	Publicidad de las pequeñas y medianas empresas en las redes sociales y los medios de comunicación convencionales .....	255
Gráfico 8.5.	Muchas pequeñas empresas de los países pobres carecen de cuenta bancaria.....	257
Gráfico 8.6.	Beneficios derivados del acceso a Internet de las mujeres y las niñas.....	263
Gráfico 8.7.	Utilización de TIC en las empresas dirigidas por mujeres o propiedad de mujeres y en las empresas dirigidas por hombres o propiedad de hombres .....	266
Gráfico 8.8.	Proporción de empresas propiedad de mujeres entre las empresas dedicadas al comercio de mercancías, por alcance de sus actividades.....	266
Gráfico 8.9.	Las empresas que comercian a nivel mundial emplean a más mujeres.....	267

**Recuadros**

Recuadro 8.1.	¿Qué sucede cuando las pymes aprovechan las tecnologías digitales?.....	251
Recuadro 8.2.	Los datos que genera una empresa pueden ser su recurso más valioso.....	251
Recuadro 8.3.	Made in Morocco: iniciativa para vincular a las pymes con el resto del comercio electrónico.....	256
Recuadro 8.4.	She Will Connect: más de 1,3 millones de mujeres beneficiarias en África.....	264
Recuadro 8.5.	SheTrades: un millón de mujeres conectadas al mercado en 2020 .....	265

**CAPÍTULO 9****Gráficos**

Gráfico 9.1.	Usuarios de Internet y abonos a servicios móviles celulares por cada 100 habitantes.....	276
Gráfico 9.2.	Importaciones de teléfonos y ordenadores en los PMA.....	278
Gráfico 9.3.	Nivel de competencia en algunos servicios de telecomunicaciones en los PMA, 2015 .....	281
Gráfico 9.4.	Compromisos y desembolsos de ayuda para el comercio a los PMA, 2006-2015 .....	284
Gráfico 9.5.	Los cinco PMA que recibieron más ayuda para el comercio en 2015 .....	284
Gráfico 9.6.	Desembolsos de ayuda para el comercio a los PMA en 2015, precios constantes en millones de dólares EE.UU .....	285
Gráfico 9.7.	Asociados del MIM en conectividad digital .....	287

**Recuadros**

Recuadro 9.1.	Ejemplos de productos y servicios facilitados por las TIC.....	274
Recuadro 9.2.	Apoyo del MIM a los Objetivos de Desarrollo Sostenible.....	275
Recuadro 9.3.	Ejemplos de reformas de la reglamentación de los servicios de telecomunicaciones en los PMA ...	280
Recuadro 9.4.	Un ejemplo de Mauritania sobre el marco reglamentario de las telecomunicaciones.....	282
Recuadro 9.5.	Los esfuerzos de Burkina Faso en pro de la armonización regional.....	286

**Anexo**

Anexo 9.A1.	Ejemplos de prioridades relacionadas con la conectividad digital y el comercio electrónico señaladas en las matrices de acción de los EDIC.....	289
-------------	---	-----

**CAPÍTULO 10****Cuadros**

Cuadro 10.1.	Valoración de las pequeñas empresas de los 15 principales obstáculos que se presentan en el entorno para el comercio electrónico transfronterizo, por subcomponentes.....	307
--------------	---	-----

**Gráficos**

Gráfico 10.1.	Porcentaje de empresas que exportan, por tamaño de las empresas y actividades en línea.....	301
Gráfico 10.2.	Número de mercados en los que venden las empresas, por actividades de venta en línea de las empresas.....	301
Gráfico 10.3.	Percepción de los comerciantes sobre los obstáculos al comercio electrónico transfronterizo, por tamaño de las empresas.....	302
Gráfico 10.4.	Calificación del entorno para el comercio electrónico y el comercio electrónico transfronterizo en algunos países.....	303
Gráfico 10.5.	Respuestas de empresas de América Latina y el Caribe a la pregunta: “¿Qué merma sufriría la productividad de su organización (en valor de las ventas por empleado) si no tuviera acceso a Internet o a otras redes digitales?”.....	304
Gráfico 10.6.	Porcentaje de empresas en línea de América Latina y el Caribe con ventas o compras transfronterizas en línea en 2016, por categorías de ingresos.....	304
Gráfico 10.7.	Obstáculos a las ventas transfronterizas en línea calificadas como “muy considerables” por empresas de América Latina y el Caribe, por tipos de obstáculos (vendedores transfronterizos) ...	305
Gráfico 10.8.	Percepción de las empresas de América Latina y el Caribe sobre el posible aumento de sus ingresos, dentro y fuera del país, en el caso de que se eliminaran los obstáculos.....	305
Gráfico 10.9.	Percepción de las empresas de América Latina y el Caribe sobre los obstáculos a las ventas en línea.....	305
Gráfico 10.10.	Aumento de los ingresos para las empresas si se eliminaran los tres principales obstáculos al comercio electrónico, por mercado.....	306
Gráfico 10.11.	Obstáculos que se perciben como más importantes para la venta en línea, países seleccionados.....	306

**Recuadros**

Recuadro 10.1	Exportadores a través de Internet en América Latina: obstáculos de acceso al mercado y procedimientos aduaneros.....	304
Recuadro 10.2.	Participación del sector privado en iniciativas para ampliar la cobertura.....	312
Recuadro 10.3	El Acuerdo Marco sobre la Facilitación del Comercio Transfronterizo sin Papel en Asia y el Pacífico.....	316

**CAPÍTULO 11**

**Cuadros**

Cuadro 11.1. Estimaciones de las corrientes de cooperación para el desarrollo aportadas por proveedores que no las comunican al CAD de la OCDE (montos brutos en millones de dólares EE.UU., a precios corrientes)..... 359

**Gráficos**

Gráfico 11.1. Corrientes financieras proporcionadas a países en desarrollo por miembros del CAD e instituciones financieras internacionales, en miles de millones de dólares EE.UU., precios de 2015 ..... 327

Gráfico 11.2. Porcentaje de las corrientes financieras a los países en desarrollo procedentes del Comité de Asistencia para el Desarrollo y las instituciones financieras internacionales..... 328

Gráfico 11.3. Distribución de la financiación movilizada con fines de desarrollo procedente del sector privado, 2012-2015, por sectores ..... 329

Gráfico 11.4. Distribución de la financiación movilizada con fines de desarrollo procedente del sector privado en 2012-2015, por grupos de ingreso..... 330

Gráfico 11.5. Total de los desembolsos de ayuda para el comercio, por categorías, 2006-2015..... 331

Gráfico 11.6. Total de desembolsos de OCO relacionadas con el comercio, por categorías, 2006-2015..... 332

Gráfico 11.7. Porcentaje del total de los desembolsos de ayuda para el comercio, por regiones y grupos de ingreso, 2006-2015..... 334

Gráfico 11.8. Porcentaje del total de los desembolsos de OCO relacionadas con el comercio, por regiones y grupos de ingreso, 2006-2015 ..... 335

Gráfico 11.9. Diez principales receptores del total de los desembolsos de ayuda para el comercio, 2006-2015... 336

Gráfico 11.10. Diez principales receptores del total de OCO relacionadas con el comercio, 2006-2015 ..... 336

Gráfico 11.11. Diez principales proveedores de ayuda para el comercio (total de los desembolsos en 2006-2015)..... 337

Gráfico 11.12. Diez principales proveedores de OCO relacionadas con el comercio (total de los desembolsos en 2006-2015)..... 337

Gráfico 11.13. Desembolsos de ayuda para el comercio para infraestructura ..... 339

Gráfico 11.14. Desembolsos de AOD para TIC ..... 346

Gráfico 11.15. Distribución acumulativa de la AOD para TIC, por regiones, 2002-2015..... 346

Gráfico 11.16. Prioridades de los países asociados y donantes en materia de ayuda para el comercio..... 352

Gráfico 11.17. Factores impulsores del cambio en las estrategias de ayuda para el comercio de los países asociados desde 2014..... 353

Gráfico 11.18. Compromisos y desembolsos de ayuda para el comercio, por categorías..... 356

Gráfico 11.19. Compromisos de ayuda para el comercio, por regiones ..... 356

Gráfico 11.20. Compromisos de ayuda para el comercio, por grupos de ingreso..... 356

Gráfico 11.21. Compromisos y desembolsos de OCO relacionadas con el comercio, por categorías ..... 357

Gráfico 11.22. Compromisos de OCO relacionadas con el comercio, por regiones ..... 357

Gráfico 11.23. Compromisos de OCO relacionadas con el comercio, por grupos de ingreso ..... 357

**CAPÍTULO 12****Cuadros**

Cuadro 12.1	Aranceles medios en relación con los niveles de ingresos en la India. ....	373
Cuadro 12.2	Costos desglosados de importación en Nepal (por unidad equivalente a 20 pies) .....	377
Cuadro 12.3	¿Quién toma las decisiones sobre el uso de los ingresos en efectivo de las mujeres en Uganda? ...	381

**Gráficos**

Gráfico 12.1	¿Qué Objetivos de Desarrollo Sostenible puede contribuir a alcanzar la ayuda para el comercio? ...	369
Gráfico 12.2	Tasas de pobreza por regiones y desempeño logístico .....	371
Gráfico 12.3	Tasas de pobreza por regiones y porcentaje de usuarios de Internet .....	371
Gráfico 12.4	PIB per cápita y resultados del Índice de Facilitación del Comercio de 2016 .....	372
Gráfico 12.5	Un marco analítico básico de los vínculos entre la infraestructura y la reducción de la pobreza .....	375
Gráfico 12.6	Tiempo y costo de exportación y PIB per cápita, por regiones .....	376
Gráfico 12.7	Precios de la banda ancha fija y móvil en paridad de poder adquisitivo, 2015 .....	380
Gráfico 12.8	Los 10 sectores de servicios que más se espera que contribuyan al empoderamiento económico de las mujeres .....	386

**Recuadros**

Recuadro 12.1.	Enfoque del Departamento de Desarrollo Internacional del Reino Unido en materia de comercio y pobreza .....	368
Recuadro 12.2.	Los costos comerciales intrarregionales en África .....	374
Recuadro 12.3.	Vías por las que los pobres pueden beneficiarse del desarrollo del turismo .....	378
Recuadro 12.4.	La economía digital del Pakistán .....	385
Recuadro 12.5.	¿Puede contribuir el crecimiento del comercio electrónico al empoderamiento económico de las mujeres? .....	386
Recuadro 12.6.	¿Cómo puede contribuir la Ayuda para el Comercio al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible? .....	390



# SIGLAS Y ABREVIATURAS

2G	Segunda generación (de tecnologías móviles inalámbricas)	C2C	entre consumidores
3G	Tercera generación (de tecnologías móviles inalámbricas)	CAB	<i>Central African Backbone</i>
4G	Cuarta generación (de tecnologías móviles inalámbricas)	CAD	Comité de Asistencia para el Desarrollo (OCDE)
A4AI	Alianza para una Internet Asequible	CAREC	Cooperación Económica Regional de Asia Central
AAAA	Agenda de Acción de Addis Abeba	CARICOM	Comunidad del Caribe
ADPIC	Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio	CBI	Centro para la promoción de las importaciones, Países Bajos
ADSL	línea de abonado digital asimétrica	CE	Comisión Europea
AFC	Acuerdo sobre Facilitación del Comercio	CEDEAO	Comunidad Económica de los Estados del África Occidental
AFD	Agencia Francesa de Desarrollo	CEI	Comunidad de Estados Independientes
AGCS	Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios	CEPA	Comisión Económica para África
AIF	Asociación Internacional de Fomento	CEPE	Comisión Económica para Europa
AIFT	Fondo Fiduciario UE-África para Infraestructuras	CER	comunidades económicas regionales
ALC	Acuerdo de Libre Comercio	CESPAP	Comisión Económica y Social para Asia y el Pacífico
APEC	Foro de Cooperación Económica de Asia y el Pacífico	CFI	Corporación Financiera Internacional
APP	asociación público-privada	CMSI	Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información
ASEAN	Asociación de Naciones de Asia Sudoriental	CNUDMI	Comisión de las Naciones Unidas para el Derecho Mercantil Internacional
ATI	Acuerdo sobre Tecnología de la Información	COMESA	Mercado Común para el África Oriental y Meridional
B2B	entre empresas	DFID	Departamento de Desarrollo Internacional (Reino Unido)
B2C	entre empresas y clientes	DPI	derechos de propiedad intelectual
B2G	entre empresas y gobiernos	DTIS	estudio de diagnóstico sobre la integración comercial
BAfD	Banco Africano de Desarrollo	DTISU	Diagnostic Trade Integration Study Update
BAsD	Banco Asiático de Desarrollo	EASSy	Sistema de Cable Submarino de África Oriental
BEI	Banco Europeo de Inversiones	FMI	Fondo Monetario Internacional
BERD	Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo	G2C	entre el Gobierno y los consumidores
BID	Banco Interamericano de Desarrollo	GATF	<i>Global Alliance for Trade Facilitation</i>
BIsD	Banco Islámico de Desarrollo		

GB	gigabit	OECD	Organización de Estados del Caribe Oriental
Gbit(s)	Gigabit por segundo	OMA	Organización Mundial de Aduanas
GDI	Instituto Alemán para el Desarrollo	OMC	Organización Mundial del Comercio
GIF	Mecanismo Mundial de Financiamiento de la Infraestructura	OMT	Organización Mundial del Turismo
GLZ	<i>Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit</i>	ONG	organización no gubernamental
GSMA	GSM Association	ONU	Organización de las Naciones Unidas
GSR	Simposio Mundial para Organismos Reguladores	ONUDI	Organización de las Naciones Unidas para el Desarrollo Industrial
IDS	<i>Institute of Development Studies</i>	OPHDI	<i>Oxford Poverty and Human Development Initiative</i>
IDT	Índice de Desarrollo de los TIC	OTC	obstáculos técnicos al comercio
IED	inversión extranjera directa	PBI	países de bajo ingreso
INB	ingreso nacional bruto	PDSL	países en desarrollo sin litoral
IPCC	Grupo Intergubernamental de Expertos sobre el Cambio Climático	PEID	pequeños Estados insulares en desarrollo
IPG	índice de paridad de género	PIA	países de ingreso alto
ITC	Centro de Comercio Internacional	PIB	producto interno bruto
ITF	Foro Internacional de Transporte	PIM	países de ingreso mediano
ITFC	Corporación Internacional Islámica para la Financiación del Comercio	PIMA	países de ingreso mediano alto
IVA	impuesto sobre el valor añadido	PIMB	países de ingreso mediano bajo
IXP	punto de intercambio de Internet	PISA	Programa Internacional de Evaluación de Estudiantes
JICA	Organismo Japonés de Cooperación Internacional	PMA	países menos adelantados
Kbit/s	Kilobit por segundo	PMASL	países menos adelantados sin litoral
KFAED	Kuwait Fund for Arab Economic Development	PNUD	Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo
KNCCI	<i>Kenya National Chamber of Commerce and Industry</i>	PPA	paridad de poder adquisitivo
LTE	tecnología de evolución a largo plazo	PPI	Private participation in infrastructure
Mbit/s	Megabit por segundo	PPIAF	Servicio de Asesoramiento para Infraestructura Pública y Privada
MIM	Marco Integrado mejorado	pymes	pequeñas y medianas empresas
MIPYME	microempresas y pequeñas y medianas empresas	RDC	República Democrática del Congo
MSF	medidas sanitarias y fitosanitarias	RDP Lao	República Democrática Popular Lao
NEPAD	Nueva Alianza para el Desarrollo de África	SADC	Comunidad de África Meridional para el Desarrollo
OCDE	Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos	SATA	Administración de Telecomunicaciones para el África Meridional
ODS	Objetivo de Desarrollo Sostenible	SIDUNEA	Sistema Aduanero Automatizado
		SIECA	Secretaría de Integración Económica Centroamericana

SNPA	Sistema de notificación por parte de los países acreedores (CAD de la OCDE)
TI	Tecnología de la Información
TIC	Tecnologías de la Información y las Comunicaciones
TMEA	<i>TradeMark East Africa</i>
UE	Unión Europea
UIT	Unión Internacional de Telecomunicaciones
UNCTAD	Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo
UNESCO	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
UPS	<i>United Parcel Service</i>
UPU	Unión Postal Universal
USAID	Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional
WAPP	Consortio Eléctrico de África Occidental
WEF	Foro Económico Mundial



# RESUMEN

Esta es la sexta edición de la publicación *La Ayuda para el Comercio en síntesis*. Desde 2007, las sucesivas ediciones de esta publicación emblemática han arrojado luz sobre las medidas que han venido adoptando los gobiernos de los países en desarrollo y sus asociados para el desarrollo, con el fin de poner el comercio al servicio del desarrollo. La edición de 2017 enriquece el ya sustancial volumen de datos que muestran la efectividad de la ayuda para el comercio. En ella se explica de qué modo y por qué la conectividad comercial es imprescindible para la inclusión, el crecimiento sostenible y la reducción de la pobreza. Tiene por objeto informar las prácticas y las políticas con respecto a la contribución de la ayuda para el comercio a la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible.

Se han desembolsado casi 300.000 millones de dólares EE.UU. en concepto de ayuda para el comercio desde que la iniciativa se puso en marcha. Unos 146 países en desarrollo, principalmente de Asia (41,5%) y de África (38,7%), han recibido ayuda para el comercio, y el 27% del total se ha destinado a países menos adelantados (PMA). Los programas regionales y mundiales han recibido casi el 15% de los desembolsos totales. Más de las tres cuartas partes de esos desembolsos se han dirigido a cuatro sectores: transporte y almacenamiento (28,6%), generación y suministro de energía (21,6%), agricultura (18,3%) y servicios bancarios y financieros (11,1%).

La conectividad física permite la circulación de los bienes y servicios hacia los mercados nacionales, regionales y mundiales. Hoy en día, la conectividad digital está entrelazada con la conectividad física. Las redes digitales se han convertido rápidamente en una parte integrante del comercio mundial y brindan, como mercado, oportunidades de crecimiento. El acceso asequible a la conexión digital es indispensable para la conectividad comercial. Sin embargo, hay 3.900 millones de personas en todo el mundo, muchas de las cuales viven en PMA, que siguen sin poder acceder a Internet.

Uno de los objetivos de la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible es lograr el acceso universal y asequible a Internet. Más del 50% de la población de los PMA tiene ya acceso a redes de telefonía móvil de banda ancha, pero los aparatos digitales y las conexiones a redes de telefonía fija siguen siendo onerosos y de reducida cobertura. La asequibilidad sigue siendo un obstáculo fundamental para una mayor utilización de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

La brecha digital puede considerarse también una brecha de acceso a los mercados, y el costo de la conexión digital, un costo del comercio. Las empresas y los consumidores sin conexión a Internet no pueden beneficiarse de las oportunidades que brinda la rápida expansión del mercado de bienes y servicios adquiridos o suministrados en línea. La falta de conectividad digital acrecienta el aislamiento económico.

Un gran número de países de todos los niveles de desarrollo está adoptando medidas para impulsar la conectividad. Habría que adoptar medidas para influir tanto en la oferta de conectividad digital (por ejemplo, disponibilidad de infraestructura de TIC y cobertura de la red) como en la demanda (por ejemplo, asequibilidad y utilización). Los mecanismos y las estrategias nacionales de coordinación a menudo pasan por alto los puntos de vista y las aportaciones de los funcionarios encargados de las cuestiones comerciales. En muchos países donde no hay conectividad también podría hacerse más para mejorar el entorno comercial de la conectividad digital.

Para colmar la brecha digital debe mobilizarse financiación adicional para promover el desarrollo de la infraestructura de red, mercados dinámicos de servicios de TIC y entornos reglamentarios adecuados. La financiación es esencial para contribuir a crear una infraestructura asequible y fiable de TIC y generar más oferta de servicios conexos, especialmente para las poblaciones sin cobertura o con una cobertura insuficiente. Para colmar la brecha digital también deben adoptarse políticas que amplíen el acceso a las TIC y su utilización. La ayuda para el comercio está respaldando las iniciativas de los gobiernos en este sentido, y se prevé un aumento de la demanda.

Los retrasos en el despacho de aduana y una infraestructura física inadecuada también obstaculizan el comercio electrónico. En la frontera, la digitalización de las aduanas y los organismos en frontera puede contribuir a la eficiencia de los servicios aduaneros. Dentro de las fronteras, la prestación de servicios eficientes de logística comercial sigue siendo relevante y posiblemente adquiera una importancia todavía mayor en un mundo cada vez más digital. Del informe se desprende que para las microempresas y pequeñas y medianas empresas (MIPYME) resulta prioritario que se adopten medidas para agilizar los procedimientos aduaneros que se les aplican. La entrada en vigor del Acuerdo sobre Facilitación del Comercio de la OMC (AFC) resolverá, sin duda, muchas de estas preocupaciones.

El AFC es una poderosa herramienta para reducir los costos del comercio. La facilitación del comercio es la máxima prioridad en materia de ayuda para el comercio de los países en desarrollo y de sus asociados para el desarrollo, aunque en un sentido más amplio que incluye también la conectividad física, como los corredores de transporte, y la conectividad digital. Además, hay cada vez más datos que confirman el efecto positivo de la ayuda para el comercio para hacer frente a los obstáculos en las fronteras y contribuir al logro de resultados comerciales inclusivos.

El comercio de servicios desempeña un papel cada vez mayor en el fomento de la conectividad. Los servicios suministran la infraestructura básica de apoyo al comercio de mercancías, favorecen las cadenas de suministro, proporcionan un gran valor añadido a las actividades manufactureras y son la infraestructura dorsal que posibilita el comercio electrónico y el suministro creciente de servicios en línea. Las políticas en el ámbito del comercio de servicios pueden potenciar (o entorpecer) la conectividad y, por lo tanto, el acceso a los beneficios de la integración en el sistema internacional de comercio.

Los gobiernos y otros colectivos interesados desempeñan una función esencial en la formulación de estrategias de comercio electrónico que no traten solamente de la infraestructura de TIC, sino que abarquen además la logística comercial, las competencias en materia de comercio electrónico, los marcos jurídicos, las soluciones de pago y el acceso a la financiación. El acceso a una conexión digital es una condición necesaria, pero no suficiente, para realizar transacciones de comercio electrónico. Las medidas adoptadas por los gobiernos de los países en desarrollo para impulsar la conectividad deben complementarse con medidas en estas esferas, a fin de que esos países saquen el máximo provecho de las oportunidades que brinda el comercio electrónico en términos de generación de crecimiento económico, creación de empleo y reducción de la pobreza.

La conectividad digital hace presagiar un aumento de la productividad en todas las esferas de la economía, incluidos sectores tradicionales como el de la agricultura. Los países en desarrollo y los PMA pueden utilizar el comercio electrónico como una palanca para aumentar la productividad y un medio para lograr la conectividad comercial. La conectividad digital contribuye a poner en contacto a las MIPYME y las empresas pertenecientes a mujeres con clientes y proveedores de todo el mundo. Existe una diferencia de conectividad considerable entre las grandes y las pequeñas empresas, especialmente en los países de bajo ingreso y los PMA. Internet puede agravar las desigualdades de acceso que existen, por ejemplo, entre mujeres y hombres, población rural y urbana, y pequeñas y grandes empresas. Los responsables de la formulación de políticas deberían promover el acceso y los programas de formación para hacer frente a este riesgo.

La publicación contiene diversos ejemplos de la forma en que el sector privado ayuda a las MIPYME, las mujeres y la población rural a “conectarse” a la economía mundial. El sector privado tiene un papel clave en la reducción de la brecha digital y debería hacerse más por recabar su opinión sobre las opciones de política y la inversión pública, así como por promover la colaboración entre los sectores público y privado para impulsar la conectividad. Para avanzar, los países en desarrollo y sus asociados para el desarrollo esperan un aumento de los programas de conectividad digital y de comercio electrónico.

Se llega a la conclusión de que la mejora de la conectividad física y digital favorece el acceso a los mercados, la inclusión financiera, el empoderamiento económico de las mujeres y la reducción de la pobreza. Estos efectos se amplifican cuando los sectores público y privado colaboran para crear la capacidad institucional y física que ayude a la población pobre a conectarse y a competir.

La experiencia de algunos PMA demuestra que invertir en iniciativas para mejorar las TIC reporta beneficios en términos de comercio y de desarrollo económico. Cuando los gobiernos de los PMA y los principales interesados, como el sector privado y los donantes internacionales, trabajan juntos para orientar la financiación del desarrollo hacia un comercio inclusivo que propicie el desarrollo sostenible, pueden obtenerse grandes resultados. ■

