

¿Qué se necesita para ganar?

Iniciativas inspiradoras para la
recuperación económica



© Centro de Comercio Internacional

El Centro de Comercio Internacional (ITC) es la agencia conjunta de la Organización Mundial del Comercio y las Naciones Unidas.

Dirección física: ITC
54-56, rue de Montbrillant
1202 Ginebra, Suiza

Dirección postal: ITC
Palais des Nations
1211 Ginebra 10, Suiza

Teléfono: +41 22 730 0111

Correo electrónico: itcreg@intracen.org

Internet: www.intracen.org/publications

¿Qué se necesita para ganar?

Iniciativas inspiradoras para la
recuperación económica

Los Premios de la Red Mundial de Organizaciones de Promoción del Comercio 2020 reconocieron a las agencias nacionales de promoción comercial por sus programas innovadores para el apoyo a las pequeñas y medianas empresas.

Estas iniciativas apoyan la recuperación económica, con un enfoque en las asociaciones, la tecnología digital y la sostenibilidad. Los nueve casos presentados en esta publicación ofrecen ideas para que las organizaciones de promoción comercial fortalezcan el apoyo que ofrecen a las empresas.

Publicado por: Centro de Comercio Internacional

Título: *¿Qué se necesita para ganar? Iniciativas inspiradoras para la recuperación económica*

Fecha y lugar de publicación: Ginebra, marzo 2022

Páginas: 34

Idioma: Español

Número de documento ITC: TISI-21-91.S

Citación: Centro de Comercio Internacional (2021). *¿Qué se necesita para ganar? Iniciativas inspiradoras para la recuperación económica*. ITC, Ginebra.

Para más información sobre este documento técnico, sírvase contactar: Ann Penistan (penistan@intracen.org), y Natalie Domeisen (domeisen@intracen.org)

Se pueden reproducir libremente breves extractos de este documento técnico, previa debida mención de la fuente. Se solicitará una autorización para realizar una reproducción o traducción más extensa. Deberá enviarse al ITC un ejemplar del material reproducido o traducido.

Imagen digital de portada: ©Shutterstock

©Centro de Comercio Internacional (ITC)

PRÓLOGO

Felicidades a todos los candidatos a los Premios de la Red Mundial de Organizaciones de Promoción del Comercio (WTPO) por compartir sus prácticas e innovación con la comunidad mundial. Los premios de la Red Mundial de OPC reconocen la excelencia institucional y celebran el trabajo duro, la innovación y el compromiso. El trabajo de las OPC nunca ha sido tan difícil, o tan necesario, como en la actualidad.

La mayor parte de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas (MIPYME) se han enfrentado a situaciones duras durante la pandemia, pero muchas han demostrado tener resiliencia. Como impulsoras de la recuperación económica, su éxito está intrínsecamente unido al de la salud económica y el crecimiento de sus países.

La razón de ser de las OPC es la creación y el mantenimiento de un entorno propicio para el comercio y la inversión para las MIPYME. Estas organizaciones constituyen un salvavidas al crear, desarrollar, poner en marcha y ampliar soluciones que refuerzan la resiliencia.

Estos premios simbolizan la asociación y compromiso del ITC de conectar a las OPC entre sí y, además, sirven para premiar el éxito y compartir las buenas prácticas, con el objetivo último de que todas las OPC puedan beneficiarse de ellas. Los ganadores de los premios del 2020 demostraron cómo las OPC de todo el mundo pueden optimizar sus prácticas y servicios para adaptarlos a un contexto de cambio mundial.

Las solicitudes del 2020 fueron enviadas al ITC antes de que la pandemia desencadenara el confinamiento a nivel mundial. Incluso entonces, las OPC ya mostraban flexibilidad y capacidad de respuesta, dos características que las mantendrán en una buena posición de aquí en adelante.

En esta Década de Acción, las innovaciones de las OPC contribuyen a la consecución de los objetivos de la Agenda 2030 de las Naciones Unidas ya que promueven iniciativas inclusivas y apoyan el «buen comercio» como plataforma para la recuperación, la resiliencia y el crecimiento.

¿Qué se necesita para ganar? presenta varias prácticas pioneras puestas en marcha por diversas OPC que están satisfaciendo con éxito las necesidades de las PYME. Muestra, además, cómo las OPC crean valor al unir a las empresas, prestar servicios gracias a las tecnologías digitales para alcanzar una mayor audiencia, e incorporar el crecimiento ecológico en la base de la estrategia de las MIPYME. Las ganadoras han inspirado a sus pares y al ITC



gracias a su visión, innovación y liderazgo mientras navegan por las tendencias disruptivas que afectan a las empresas y el comercio.

A medida que avanzamos hacia un futuro incierto, debemos colaborar para desarrollar soluciones que aseguren que la preservación del capital natural y humano esté estrechamente unido al crecimiento económico. Este nuevo paradigma económico dará paso a innovaciones que aún no podemos ni siquiera imaginar.

Mi enhorabuena otra vez a los ganadores de los premios del 2020. Cuando se pospuso el congreso del 2020, lo primero que echamos en falta fue la camaradería y el rico intercambio de experiencias e ideas. Espero poder celebrar en persona el premio con los ganadores y conocerles a todos ustedes en el Congreso Mundial de la Red de OPC que se celebrará en Accra en 2021.

Pamela Coke Hamilton
Directora Ejecutiva
Centro de Comercio Internacional

AGRADECIMIENTOS

Esta publicación se basa en las presentaciones de las organizaciones ganadoras de los Premios de la Red de OPC del 2020 y en los vídeos producidos por los ganadores y ha sido preparada con ayuda de varias personas de esas OPC y el ITC.

Si desea más información sobre el Congreso y Premios de la Red Mundial de OPC visite www.tponetwork.com

CONTENIDO

Prólogo.....	5
Agradecimientos	6
Los premios mundiales de la red de OPC.....	8
Compartiendo buenas prácticas	9
Ganadora: Mejor ejemplo de colaboración.....	11
Business Sweden.....	11
Ganador: Mejor ejemplo del uso de las tecnologías de la información	15
Enterprise Georgia.....	15
Ganadora: Mejor iniciativa para asegurar un comercio inclusivo y sostenible	19
Promotora del comercio exterior de costa rica (PROCOMER)	19
Segundo finalista: Mejor ejemplo de colaboración	22
Autoridad para el desarrollo del comercio de Tanzania (TANTRADE).....	22
Agencia de promoción del comercio de Viet Nam (VIETRADE)	23
Segundo finalista: Mejor uso de las tecnologías de la información	24
Consejo chino para la promoción del comercio internacional (CCPIT).....	24
Corporación para el desarrollo del comercio exterior de malasia (MATRADE)	25
Segundo finalista: Mejor iniciativa para asegurar un comercio inclusivo y sostenible.....	27
Export Saint Lucia.....	27
ICEX España exportación e inversiones	29
Presentación de los premios.....	30
Jurado del 2020	32
Congresos previos	33
Ganadores de ediciones pasadas	33

LOS PREMIOS MUNDIALES DE LA RED DE OPC

La novena edición de los Premios de la Red Mundial de Organizaciones de Promoción del Comercio (WTPO) tuvo lugar durante primera ceremonia de entrega de premios virtual organizada por el Centro de Comercio Internacional (ITC). Más de 200 altos representantes del comercio y las inversiones de todo el mundo participaron en el evento.

Los premios de la Red Mundial de OPC están abiertos a todas las Organizaciones de Promoción de Comercio (OPC) nacionales y reconocen la excelencia en los servicios de apoyo al comercio. Los premios reconocen el excepcional esfuerzo de las OPC que han puesto en marcha prácticas innovadoras y efectivas en sus iniciativas de desarrollo de las exportaciones para que las pequeñas y medianas empresas lleguen a ser unos actores internacionales sostenibles y competitivos.

Las participantes se presentaron en las siguientes tres categorías:

- Mejor ejemplo de colaboración
- Mejor ejemplo del uso de las tecnologías de la información
- Mejor iniciativa para asegurar un comercio inclusivo y sostenible.

OPC GANADORAS DEL AÑO 2020

- **Suecia:** Mejor ejemplo de colaboración.
Business Sweden
- **Georgia:** Mejor ejemplo del uso de las tecnologías de la información.
Enterprise Georgia
- **Costa Rica:** Mejor iniciativa para asegurar un comercio inclusivo y sostenible
Promotora del Comercio Exterior de Costa Rica
– PROCOMER

Premios para los finalistas

El jurado reconoció otras candidaturas adicionales dignas de mención por sus buenas prácticas o su contribución positiva para alcanzar los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

En consecuencia, se anunciaron los siguientes premios adicionales, dos por categoría:

- **República Unida de Tanzania y Viet Nam:** Mejor ejemplo de colaboración
Autoridad para el Desarrollo del Comercio de la República Unida de Tanzania
Vietrade
- **China y Malasia:** Mejor ejemplo del uso de las tecnologías de la información
Consejo Chino para la Promoción del Comercio Internacional
Corporación para el Desarrollo del Comercio Exterior de Malasia.
- **Santa-Lucía y España:** Mejor iniciativa para asegurar un comercio inclusivo y sostenible
ICEX España Exportación e Inversiones
Export Saint Lucia

COMPARTIENDO BUENAS PRÁCTICAS

El reconocimiento público de las buenas prácticas es una forma de definir, apoyar y compartir los estándares más altos, así como de facilitar que todas las OPC puedan beneficiarse de ellas. El proceso de solicitud identifica la excelencia a través del impacto que la OPC haya conseguido y de sus buenas prácticas innovadoras.

El proceso de solicitud y la estructura de los criterios de valoración de los premios facilitan el trabajo de identificación y reconocimiento de las buenas prácticas que realiza el jurado. Todo ello contribuye a que las OPC mejoren continuamente y eleven así el nivel de sus prácticas habituales.

Las candidatas a los Premios de la Red Mundial de OPC de 2020 presentaron sus mejores iniciativas para el desarrollo de las exportaciones en una de las categorías disponibles.

Mejor ejemplo de colaboración

Las candidatas hicieron hincapié en el compromiso que las asociaciones y redes de contacto necesitaron para que la iniciativa avanzara con éxito en el desarrollo de las exportaciones.

Mejor ejemplo del uso de las tecnologías de la información

Las candidatas se centraron en un proyecto de innovación digital que fuera clave en la mejora de la productividad, la eficiencia, la comercialización o la ejecución de la iniciativa de desarrollo de las exportaciones.

Mejor iniciativa para asegurar un comercio inclusivo y sostenible

Esta categoría brindó a las candidatas la oportunidad de dar a conocer sus esfuerzos en la consecución de los Objetivos de Desarrollo Sostenible a través del incremento de la competitividad internacional de las pequeñas y medianas empresas (PYME) con las que trabajan.

Las candidatas demostraron que el enfoque de sus procesos de selección y diseño de sus servicios, y la medición y seguimiento de los resultados son innovadores y eficientes. El valor de las iniciativas de desarrollo de las exportaciones para apoyar el éxito sostenible de sus clientes en el mercado mundial es tan alto, que ofrecer solamente servicios ya no es suficiente.

Con los premios de la Red Mundial de OPC se reconoció el excepcional esfuerzo nacional de tres países, y otros seis recibieron un reconocimiento especial por las buenas prácticas descritas en sus respectivas categorías.

Cada candidata demostró un enfoque único en las actividades comunes que las OPC deben realizar para seleccionar, conceptualizar, desarrollar y poner en marcha sus iniciativas, así como medir el impacto de las mismas. Las candidatas fueron seleccionadas en base a la innovación y la exhaustividad de su enfoque, así como al impacto obtenido.

El seguimiento del impacto es de suma importancia

El seguimiento del impacto es un reto constante para las OPC debido a los cambios que ocurren con frecuencia debido a los propios programas de desarrollo de las exportaciones. El proceso de presentación de candidaturas pretende estimular el desarrollo e intercambio de enfoques innovadores de las OPC en la medición y el seguimiento de los resultados. A lo largo de los años, el ITC ha observado cómo muchas OPC candidatas presentaban un enfoque más estructurado en el registro y el análisis de los resultados para mejorar sus servicios.

¿QUÉ HAY DETRÁS DEL PREMIO?

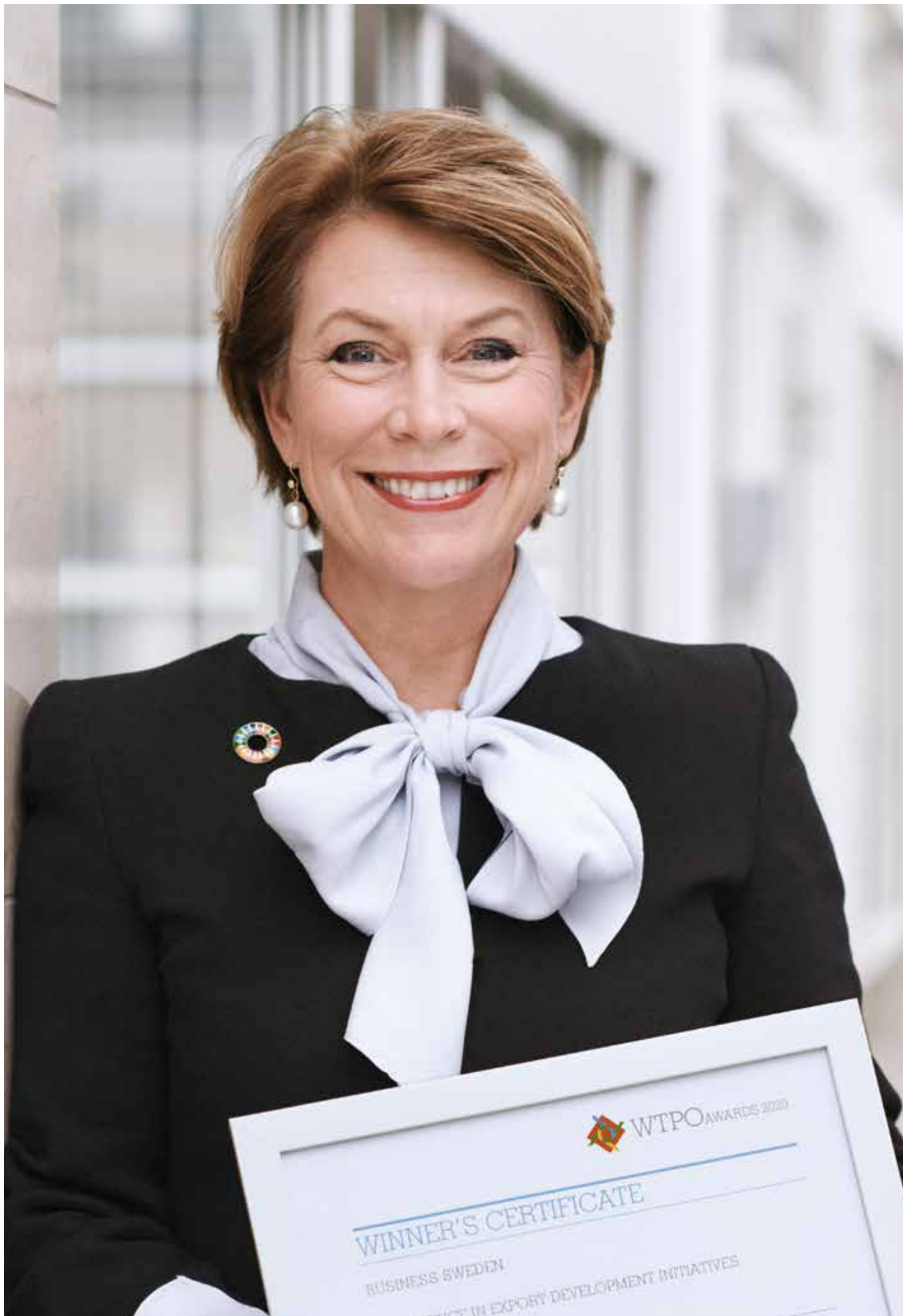
Los Premios de la Red de OPC están abiertos a todas las instituciones de apoyo al comercio y las inversiones reconocidas oficialmente como organizaciones nacionales para la promoción del comercio. Un jurado formado por profesionales de las OPC, entre los que se encuentran varios representantes de las OPC premiadas en ediciones pasadas, es el encargado de examinar las candidaturas.

Estos prestigiosos premios bienales gozan del reconocimiento de las OPC de todo el mundo, así como de la comunidad empresarial, los gobiernos y las agencias internacionales.

Las ganadoras de ediciones anteriores y las candidatas están de acuerdo en que el proceso de solicitud es una tarea integral y que requiere mucho tiempo y que, sin embargo, los beneficios de participar superan con creces sus expectativas.

¿CUÁLES SON LOS BENEFICIOS DE PARTICIPAR?

- Las OPC participantes pueden utilizar la información relacionada con su participación en actividades de relaciones públicas nacionales con el fin de mostrar su efectividad a los encargados de formular políticas y mejorar su influencia en las partes interesadas.
- El reconocimiento por parte de otras OPC.
- Las ganadoras podrán incluir el logotipo de ganadora de los Premios de la Red de OPC en todas sus comunicaciones corporativas.
- Las ganadoras aparecen en un lugar destacado del sitio web de la Red de OPC (www.tponetwork.net) y en las actividades de promoción del ITC.
- El aprendizaje y la mejora gracias al intercambio de conocimientos entre los miembros del personal y los intercambios con otras OPC.
- Las prácticas ganadoras podrán usarse como ejemplos en los programas de fomento de la capacidad del ITC.



Ylva Berg, Directora Ejecutiva y Presidenta, Business Sweden

GANADORA

MEJOR EJEMPLO DE COLABORACIÓN



BUSINESS SWEDEN

PROGRAMA HIGH POTENTIAL OPPORTUNITIES¹

Este premio reconoce la labor de todo el personal de nuestra organización y nos indica que **estamos** marcando la diferencia y que **somos** de categoría mundial... Este premio también reconoce la contribución de nuestros socios en el cierre de acuerdos de grandes operaciones y demuestra que el trabajo conjunto marca la diferencia. »

Yiva Berg, Directora Ejecutiva y Presidenta, Business Sweden

COMENTARIOS DEL JURADO

Muy innovador: Magnífica el papel de las organizaciones de promoción del comercio como catalizadores y aceleradores de grandes proyectos de exportación. »

Muy relevante: La colaboración se centra en las PYME suecas, y no simplemente en donantes internacionales u otras agencias nacionales. »

Colaborativa: La red de apoyo al comercio de Team Sweden es de suma importancia en la creación de nuevas oportunidades de negocio. »

Bien diseñado: Un concepto único y bien concebido. »

DE UN VISTAZO

TEAM SWEDEN: UN EQUIPO SUECO PARA OFERTAS DE CONSTRUCCIÓN DE INFRAESTRUCTURAS

Business Sweden detectó que su sector de exportaciones estaba enfrentándose a una reducción de su cuota de mercado en el mercado mundial. Los líderes de la industria confirmaron que la falta de cooperación estaba afectando negativamente a pequeñas y grandes empresas.

Business Sweden identificó que podría impulsar ofertas competitivas para grandes proyectos de infraestructuras mediante la creación de una cartera de proyectos; la integración de servicios de organizaciones oficiales de apoyo empresarial, embajadas y oficinas gubernamentales suecas; y el desarrollo de la capacidad de las empresas para ofrecer ofertas colectivas y competitivas.

Con ello se creó un ecosistema en el que las grandes empresas y las PYME pueden colaborar en estas ofertas, tanto como suministradoras para empresas suecas o como exportadoras directas complementarias de forma independiente.

La financiación es siempre un punto difícil en estos consorcios, ya que las empresas suecas no desean asumir el papel de contratistas principales para estos grandes proyectos internacionales.

Por ello, la Agencia Sueca de Crédito a la Exportación y la Corporación Sueca de Crédito a la Exportación formaron el núcleo de un grupo de trabajo en el que también se encontraba Business Sweden. A ellos se les unieron el Ministerio de Asuntos Exteriores y Swedfund. Este grupo pasó a llamarse Team Sweden, una asociación creada en 2015 y con una actividad vibrante a día de hoy.

La asociación facilitó el acceso de las PYME a un equipo más fuerte y preparado para realizar proyectos internacionales, así como a información de mercados, socios empresariales y soluciones financieras.

¹ Oportunidades de Gran Potencial



INFORMACIÓN DETALLADA

BUSINESS SWEDEN COMO NEXO DE UNIÓN

Business Sweden gestiona los proyectos y se centra en las oportunidades de negocio con más potencial. Además, se encarga de la presentación de la oferta sueca en su conjunto, en la que se incluyen las empresas que presentan las ofertas, las soluciones de financiación, la mitigación de riesgos para los socios locales y el apoyo a la preparación del proyecto.

Una vez que las empresas líderes acuerdan seguir adelante con una oportunidad de negocio, Business Sweden participa en una segunda fase de creación de asociaciones, en la que ayuda a crear un grupo empresarial formado por grandes empresas y PYME.

Los proyectos de ingeniería, contratación y construcción se inician en asociación con empresas extranjeras que buscan acceso a proveedores suecos y soluciones financieras. Business Sweden apoya estos proyectos sostenibles a través de Team Sweden, quien se encarga del desarrollo de las capacidades de las empresas. Team Sweden también se encarga de que el proyecto tenga un porcentaje suficiente de contenido sueco para poder así conseguir crédito para la exportación, y asegurar su finalización.

El objetivo es proporcionar una visión integral a compradores, financieros y otros tomadores de decisiones sobre la contribución sueca a los proyectos internacionales.

Con la creación regular de informes, se ha establecido un control continuo sobre las oportunidades individuales y se ha facilitado la planificación de iniciativas a los miembros de Team Sweden.

MANTENIMIENTO DE UNA CARTERA DE PROYECTOS A NIVEL MUNDIAL

Business Sweden se enfoca en la etapa inicial del desarrollo de los proyectos de grandes infraestructuras con el objetivo de mantener un flujo mundial continuo de proyectos, y nutre a un equipo de empresas para poder proporcionar un concepto viable con los recursos necesarios. Asimismo, Business Sweden se enfoca en las etapas finales de la contratación y financiación..

INDICADORES DEL ÉXITO

Las mesas redondas con representantes a nivel de consejeros delegados y gobiernos, los grupos de reflexión y el mundo académico en 40 mercados mundiales sentaron las bases para ganar nuevos negocios y abrir la puerta a nuevas oportunidades.

Hasta la fecha se han completado veinte proyectos en los sectores de la energía, el transporte, la minería y las tecnologías de la información y la comunicación. Indicadores del éxito:

- Contratos adjudicados por un valor estimado de 4700 millones de euros.
- Más de la mitad de las empresas participantes son PYME.
- Reacción positiva de empresas suecas y de las partes interesadas.



BUSINESS SWEDEN

CONTACTO

Jan Larsson
Directora Ejecutiva y Presidenta

DIRECCIÓN

Apartado postal 240
SE 101 24 Stockholm
Suecia

SITIO WEB

www.business-sweden.com

ANÁLISIS DEL IMPACTO: OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE

En 2019, Business Sweden empezó a analizar el impacto de cada proyecto utilizando como referencia los siguientes tres Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas:

- Contratos adjudicados por un valor estimado de 4700 millones de euros.
- Más de la mitad de las empresas participantes son PYME.
- Reacción positiva de empresas suecas y de las partes interesadas.

TRANSPORTE SOSTENIBLE EN CÔTE D'IVOIRE

En Abiyán, Business Sweden trabajó con el gobierno de Côte d'Ivoire en el desarrollo de un sistema de transporte público sostenible. Scania, uno de los mayores fabricantes de autobuses de Suecia, tuvo un papel principal. Varias PYME especializadas en la producción de biocombustible, tanto en Côte d'Ivoire como en Suecia, fueron proveedores. Team Sweden proporcionó sus servicios de asesoramiento, basándose en su experiencia en Suecia y en otros países por todo el mundo.

Acabamos de firmar un contrato para la fabricación de 450 autobuses para el nuevo sistema de autobuses de Abiyán. Esto ha sido posible gracias a la fantástica colaboración con Team Sweden, Swedfund, Business Sweden y la embajada local.

Anna Carmo e Silvia, Jefa del departamento de autobuses y autocares, Scania

Este proyecto tiene un impacto positivo en el medio ambiente y creará miles de puestos de trabajo en Côte d'Ivoire en los próximos años.

Tom Walsh, Director Ejecutivo, Renetech

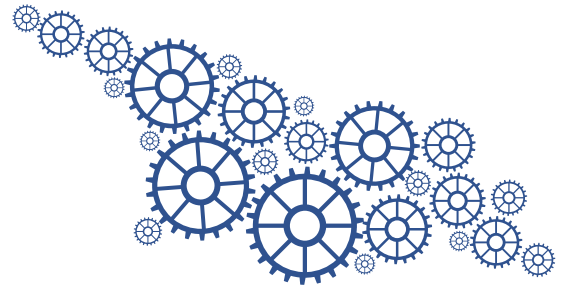




Mikheil Khidureli, Consejero delegado, Enterprise Georgia

GANADOR

MEJOR EJEMPLO DEL USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN



ENTERPRISE GEORGIA

ENTERPRISE GEORGIA

FORMACIÓN EN LÍNEA SOBRE LOS FUNDAMENTOS DE LA EXPORTACIÓN

La formación en línea sobre los fundamentos de la exportación ha sido mucho más útil de lo que esperábamos, especialmente durante la pandemia de la COVID-19. Según los datos oficiales, muchos de los beneficiarios pudieron entrar en nuevos mercados de exportación o continuaron desarrollando los canales ya existentes.

Hemos creado un programa que es de extrema relevancia en los tiempos actuales.

Mikheil Khidureli, Consejero delegado, Enterprise Georgia

COMENTARIOS DEL JURADO

Servicio para PYME diseñado meticulosamente y basado en las opiniones de los clientes y en el análisis de sus necesidades.

La medición de los resultados está bien explicada y estos están detallados.

Buena promoción del curso a través de múltiples canales.

DE UN VISTAZO

FORMACIÓN SOBRE LOS FUNDAMENTOS DE LA EXPORTACIÓN

Las PYME georgianas necesitan información para entender si están preparadas para exportar y para tomar decisiones estratégicas sobre la diversificación de sus productos y mercados. Es necesario disponer de una amplia gama de habilidades para tomar las decisiones correctas, y desafortunadamente las PYME suelen carecer de ellas, en especial en lo referido a la creación de marca y marketing.

Enterprise Georgia desarrolló un curso de certificación para abordar estas necesidades, que está dirigido por varias universidades. La demanda del curso creció. En paralelo, Enterprise Georgia experimentó un aumento en las solicitudes de información y de formación. Muchas de estas solicitudes provenían de PYME que no podían asistir a los cursos de formación presencial debido a la distancia o a limitaciones financieras o de tiempo.

La solución para satisfacer todas esas necesidades fue ofrecer formación en línea gratuita sobre operaciones de exportación.

INFORMACIÓN DETALLADA

Enterprise Georgia se unió a exportadores nuevos y existentes en todo el país, así como a consumidores, proveedores y otras partes interesadas con el objetivo de priorizar las necesidades de las PYME e identificar los temas relacionados con la exportación para el curso.

EL CAMINO HACIA EL PRODUCTO FINAL

Enterprise Georgia se alió con la empresa Mindworks para desarrollar el curso en línea, que dispone de 10 módulos que cubren los temas de exportación de tendencia. El contenido beneficia tanto a los exportadores existentes como a los potenciales debido a su enfoque basado en las necesidades de los usuarios.



Enterprise Georgia llevó a cabo una investigación cuyos resultados mostraron que la mejor manera de ofrecer los contenidos a los usuarios era a través de grabaciones en video, respaldadas con documentación descargable. En consecuencia, seleccionaron para cada tema conferenciantes con experiencia, los grabaron y añadieron animación para hacer que las charlas fueran fáciles de recordar. Al final de cada módulo, los usuarios pueden comprobar su nivel de conocimiento mediante la realización de cuestionario de evaluación voluntario.

El curso en línea puede realizarse al ritmo que a uno le convenga y siempre mediante una combinación de elementos multimedia, texto y cuestionarios de evaluación. El curso completo requiere un mínimo de seis horas.

ALCANCE

Enterprise Georgia organizó reuniones en diversas universidades de todo el país para promocionar el curso y dar a conocer esta nueva e innovadora oportunidad de aprendizaje en remoto.

La campaña de promoción del curso se desarrolló a través de periódicos en línea y redes sociales. Hasta la fecha, Enterprise Georgia ha impartido 15 talleres dirigidos a jóvenes profesionales y mujeres.

Esta campaña de promoción atrajo la suficiente atención del público como para poder lanzar un piloto, que sirvió para perfeccionar después los 10 módulos del curso. Enterprise Georgia lanzó el programa en las siguientes plataformas principales:

- Sitio web de Enterprise Georgia: www.enterprisegeorgia.gov.ge
- Innovative Systems Management, un proveedor de servicios educativos y bibliotecarios: www.oc.ac.ge
- Education Management Information Systems, una agencia del Ministerio de Educación de Georgia: www.edx.emis.ge
- Universidad Estatal de Ili: www.online.iliauni.edu.ge

INDICADORES DEL ÉXITO

Enterprise Georgia usó Google Analytics y el sistema interno de seguimiento de la agencia para supervisar el interés por el curso. En concreto, se midieron el número de visitas, su frecuencia, el número de cuestionarios de evaluación aprobados por usuario y el interés de las instituciones educativas.

Muchos de los usuarios del curso provienen del sector de la alimentación y la bebida. Un número creciente proviene del sector textil (tejidos, calzado, accesorios, cuero y productos derivados del cuero) así como del sector juguetero, de la alimentación para animales y del mueble. Muchos de ellos son Directores de exportación, así como algunos dueños de empresas o Consejeros delegados.

En términos de número de personas registradas, el módulo sobre Incoterms ha sido el que más éxito ha tenido. Los módulos sobre fundamentos de la exportación, el potencial de exportación y el comercio internacional son los más demandados.

El Banco de Georgia ha integrado los módulos de formación en su plataforma de aprendizaje en línea. Con ello, millones de usuarios han conseguido acceso gratuito a los materiales.

Muchas universidades del país ofrecen ya este curso a sus estudiantes.





ENTERPRISE GEORGIA

CONTACTO

Mikheil Khidureli
Consejero delegado
Enterprise Georgia

DIRECCIÓN

5/6 Marjanishvli Str.
0102 Tbilisi
Georgia

SITIO WEB

www.enterprisegeorgia.gov.ge



Enterprise Georgia ha desarrollado una herramienta maravillosa para preparar a las empresas para la exportación y para planificar la entrada y mantenimiento en los mercados. En nuestro caso, nos enfrentamos a varios retos en la exportación a China. Pero después de completar el curso de Enterprise Georgia, entendimos cómo prepararnos para las negociaciones. Ahora ya disponemos de un contrato con unas buenas condiciones. Tuvimos la posibilidad de hacer un buen trato gracias a esta herramienta.

George Lomtadze, Director de exportaciones,
Campa LLC





Pedro Beirute Prada, Consejero delegado, PROCOMER

GANADORA

MEJOR INICIATIVA PARA ASEGURAR UN COMERCIO INCLUSIVO Y SOSTENIBLE



PROMOTORA DEL COMERCIO EXTERIOR DE COSTA RICA

LA PLATAFORMA DE CRECIMIENTO VERDE

Esperamos que la oferta de exportación de Costa Rica sea más sostenible, ya que entendemos que es ahí donde se dirige el mundo, los consumidores y los nuevos mercados.

El programa tiene como objetivos que los exportadores ganen competitividad y que la sostenibilidad sea un elemento diferenciador para los compradores internacionales.

Estamos muy agradecidos y orgullosos por este premio, que reconoce los esfuerzos costarricenses para proteger nuestro planeta.

Pedro Beirute Prada, Consejero delegado, PROCOMER

COMENTARIOS DEL JURADO

Bien diseñada y documentada, con una evaluación externalizada.

Alineada con la misión de promoción de las exportaciones de la OPC y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Refleja el enfoque de Costa Rica en la sostenibilidad.

Fuerte enfoque en la energía limpia, la gestión de residuos y el uso del agua.

Es genial ver cómo se reduce la huella de carbono. Es un proyecto fascinante.

DE UN VISTAZO

TRANSFORMACIÓN SOSTENIBLE PARA CONSEGUIR LA COMPETITIVIDAD DE LAS PYME

PROCOMER identificó que los consumidores basan cada vez más sus decisiones de compra en cuestiones medioambientales.

La Plataforma de Crecimiento Verde, puesta en marcha en 2018, es la demostración de que Costa Rica está comprometida con la sostenibilidad. Tiene como objetivo beneficiar a 260 PYME exportadoras o exportadores potenciales en un período de cuatro años. Este número representa el 10% del sector de la exportación del país.

La plataforma es el resultado de una alianza entre PROCOMER y la Fundación Costa Rica-Estados Unidos para la Cooperación, que comenzó con una financiación de 3 millones de dólares de EE.UU., como capital inicial para el desarrollo de proyectos innovadores que ayudaran a las PYME costarricenses a ser más sostenibles, productivas y competitivas. La financiación para el desarrollo de la plataforma asciende a 4,5 millones de dólares de EE.UU., y contó con el apoyo del Banco Interamericano de Desarrollo.

En la actualidad, 105 PYME reciben una ayuda que asciende a 1,3 millones de dólares de EE.UU. De ellas, el 36% se encuentran en regiones menos desarrolladas del país y el 40% están dirigidas por mujeres. Esto es una muestra del compromiso de la iniciativa con el desarrollo inclusivo.

Los siguientes cinco pilares estratégicos de PROCOMER impulsan la Plataforma de Crecimiento Verde:

- Creación de nueva oferta exportable.
- Consolidación y diversificación de la oferta exportable.
- Promoción de encadenamientos.
- Simplificación de trámites.
- Excelencia institucional.



ANÁLISIS DETALLADO

UNA OFERTA DE EXPORTACIÓN VERDE

En consonancia con la buena reputación de Costa Rica en materia de sostenibilidad y bienestar social, PROCOMER se centró en mejorar la producción responsable con el medio ambiente y en garantizar una calidad certificada. La adopción temprana de soluciones tecnológicas, y en particular en proyectos de energía verde exportable, ayuda a que el sector de la exportación sea más innovador, sostenible y resiliente.

Cuando una empresa contacta con PROCOMER para recibir ayuda, se realiza un diagnóstico que determina áreas en las que hay que mejorar y así se le ofrece una recomendación individualizada sobre cómo mejorar el perfil exportador de la empresa. Estas empresas pueden entonces competir para unirse a la Plataforma de Crecimiento Verde. Las empresas se seleccionan de acuerdo a su estrategia y potencial de impacto.

Los cuatro Indicadores de Desempeño Clave son el uso de energía renovable, la reducción de las emisiones, la gestión del agua y la gestión integrada de residuos.

Además, las tecnologías de las empresas deberían poder usarse para la producción y manufactura en Costa Rica de productos agropecuarios con gran demanda internacional. Entre ellas destacan la pitahaya, el maracuyá, el cacao, la batata, la cúrcuma, los tubérculos tropicales y los productos orgánicos.

PROCOMER elige a las empresas basándose en los méritos técnicos de sus propuestas a través de licitaciones abiertas cada seis meses, en las que se evalúan el enfoque y el potencial impacto de estas.

Las empresas ganadoras reciben financiación y apoyo para desarrollar y realizar sus proyectos. A cambio, se espera que el proceso de transformación se realice en un año.

IMPACTO SOSTENIBLE

En un primer momento, 370 empresas expresaron su interés en participar. De ellas, 229 presentaron sus proyectos, 170 recibieron apoyo individualizado para formular sus propuestas y 105 fueron finalmente elegidas.

El primer grupo de 26 empresas, seleccionadas en octubre de 2018, completó su transformación verde. De una manera impresionante, fueron capaces de reducir colectivamente su huella de carbono en el equivalente a 405,81 toneladas de dióxido de carbono. Al centrarse en la energía verde, fueron capaces de ahorrar 57.000 dólares de EE.UU en solo dos meses, que representa el 20% de lo invertido.

Las exportaciones crecieron un 23,3% entre 2018 y 2019. Estos números deberían seguir creciendo, ya que los productos de mayor calidad que fabrican pueden venderse en el mercado mundial.

INDICADORES DEL ÉXITO

La Plataforma de Crecimiento Verde mide el impacto de cada proyecto al analizar los indicadores medioambientales, los ahorros económicos y, tras un año desde su transformación, el impacto específico del proyecto, con una evaluación econométrica mediante un diseño de regresión discontinua. La evaluación combinada de los proyectos proporciona una medición del éxito del programa en su conjunto.

Además, es importante destacar que una autoridad independiente es la encargada de realizar las evaluaciones.



PROCOMER

CONTACTO

Pedro Beinute Prada
Consejero delegado

DIRECCIÓN

Complejo Plaza Tempo, piso 3
Apartado Postal: 1278-1007
San José
Costa Rica

SITIO WEB

www.procomer.com



He aquí un ejemplo del éxito de una empresa que ha usado la Plataforma de Crecimiento Verde: Una pequeña empresa gestionada por mujeres que ha transformado radicalmente sus procesos de limpieza y empaquetado de fruta, y con ello ha aumentado sus exportaciones. Además, se han reducido en un 50% los residuos y en un 97% el uso de agua en la planta de empaquetado. Este último punto es de gran importancia dada la escasez de agua en la zona y los retos que supone legalizar los pozos. La empresa obtuvo la certificación de Rainforest Alliance, que le permite el acceso al mercado europeo. Las exportaciones crecieron un 35% en un año.

“Los procesos de transformación de la producción están acordes a las tendencias mundiales, lo que nos ayuda a alcanzar un mayor reconocimiento por parte de nuestros clientes internacionales debido a nuestro compromiso con el medio ambiente.”

Directora de PYME



“Nuestra responsabilidad es invertir nuestros propios recursos para completar el proyecto. Nuestra empresa está creciendo gracias a la financiación que hemos recibido y a todo el trabajo que estamos realizando.”

Directora de PYME

Estos resultados demuestran cómo la Plataforma de Crecimiento Verde es una parte de una estrategia institucional que permite a PROCOMER brindar servicios individualizados. Estos servicios responden a las necesidades individuales de las empresas, y disponen del apoyo continuo de asesores comerciales y de promoción de las exportaciones. Es un orgullo para PROCOMER recibir este premio, porque muestra a Costa Rica como un pequeño país con una gran visión.

SEGUNDO FINALISTA

MEJOR EJEMPLO DE COLABORACIÓN



CONTACTO

Edwin N. Rutageruka, Director General
Tanzania Trade Development Authority (TanTrade)
Apartado postal 5402, Dar es Salaam, Tanzania
www.tantrade.go.tz

AUTORIDAD PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO DE TANZANIA

THE BUSINESS CLINIC¹

Con una fuerte colaboración entre las instituciones públicas y privadas, ayudamos a mejorar la competitividad de las PYME. Nuestro objetivo actual es digitalizar el servicio y ofrecer servicios rápidos a las PYME en todo el país.

Latifa Khamis, Subdirectora General, Autoridad para el Desarrollo del Comercio de la República Unida de Tanzania

COMENTARIOS DEL JURADO

Claro entendimiento de las necesidades, que están en línea con el diseño del servicio.

Una única solución para solucionar los problemas de las PYME, que es esencial en las economías en desarrollo.

La medición de los resultados está bien documentada, con responsabilidades asignadas y procesos de medición.

TanTrade contribuye a mejorar el entorno empresarial tanzano al alinearse con un plan importante para la reforma regulatoria. En Julio del 2018 creó The Business Clinic a partir de la categorización de los desafíos planteados por 1603 propietarios de empresas.

The Business Clinic proporciona servicios de formación, asesoramiento, formación y consultoría a pequeñas empresas establecidas y empresas emergentes. Con un alcance superior a 1000 empresas en varias regiones del país, The Business Clinic proporciona asesoramiento sobre los estándares de calidad, los proveedores de materias primas sostenibles, así como soluciones tecnológicas y mecánicas y fiscalidad.

The Business Clinic también dispone de un consultorio móvil para expandir su rango de acción y asistir a las ferias de comercio. Además, sirve como un paraguas bajo el cual las instituciones públicas y privadas ofrecen sus servicios.

¹ El consultorio empresarial

ASOCIACIONES DE PRODUCTORES, HERRAMIENTAS DE REDES SOCIALES

Las redes especializadas son de gran importancia para ofrecer información especializada.

The Business Clinic creó dos asociaciones de productores con el objetivo de movilizar los esfuerzos para satisfacer la demanda del mercado:

- La Asociación de productores y procesadores de yuca de la República Unida de Tanzania, que reúne a más de 300 productores; y
- La Asociación de productores de cuero de la República Unida de Tanzania, con más de 150 miembros.

Paralelamente, se está animando a otras PYME a que se unan a asociaciones sectoriales.

TanTrade cree firmemente que las redes sociales son clave para acceder a información especializada. Por ello, usa grupos de WhatsApp para comunicarse con las redes de productores de cereales, anacardos, legumbres, frutas, verduras, yuca y miel. Estos grupos, por su parte, comparten valiosa información de mercado sobre precios y oportunidades.

INDICADORES DEL ÉXITO

TanTrade pone en marcha de forma sistemática los siguientes indicadores de desempeño:

- **Cifras de primera línea:** El número de consultorios empresariales organizados al año, el número de empresas que han accedido a los servicios y el número de problemas identificados.
- **Números de cada consultorio:** Número de sesiones e instituciones participantes; número de empresas, tamaño y sector empresarial.
- **Retos:** Su naturaleza y causas, y el número de problemas resueltos.
- **Opinión de los clientes:** La opinión de los clientes se tiene en cuenta en los servicios de The Business Clinic.

El equipo usa además informes, recortes de periódicos, mensajes de redes sociales, testimonios de clientes, cuestionarios y formularios de evaluación para respaldar la medición del impacto.

SEGUNDO FINALISTA

MEJOR EJEMPLO DE COLABORACIÓN



BỘ CÔNG THƯƠNG - MINISTRY OF INDUSTRY AND TRADE
CỤC XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI
VIETNAM TRADE PROMOTION AGENCY

CONTACTO

Vu Ba Phu, Consejero delegado
20 Lý Thường Kiệt, Phan Chu Trinh,
Hoàn Kiếm, Hà Nội, Viet Nam
www.vietrade.gov.vn

AGENCIA DE PROMOCIÓN DEL COMERCIO DE VIET NAM

RED DE EXPERTOS NACIONALES PARA EL DESARROLLO DE LAS EXPORTACIONES

«Hemos creado una red de expertos para Vietrade con el objetivo de ayudar a empresas y organizaciones de apoyo empresarial a nivel provincial. Como contrapartida, la red de expertos se ha encargado del desarrollo de las capacidades para nosotros.»

Vu Ba Phu, Consejero delegado, Vietrade

COMENTARIOS DEL JURADO

«Interesante, efectivo y bien documentado.»

«Una demanda clara y unas soluciones eficientes.»

«Una colaboración claramente definida con instituciones locales clave.»

«Desarrolla las capacidades de las instituciones de apoyo al comercio, en un intento por equipar a las PYME de manera eficaz.»

Las instituciones de apoyo al comercio de Viet Nam carecen en ocasiones de los recursos o el conocimiento necesarios para responder a las necesidades de las empresas. Además, están enfocadas en la promoción a corto plazo, más que en el desarrollo comercial a largo plazo.

Vietrade, en respuesta a esta situación, estableció una red de formadores y orientadores nacionales e internacionales certificados con el objetivo último de impulsar la competitividad de las PYME del país. Se desarrollaron herramientas en línea con las políticas de exportación y se seleccionaron y formaron colaboradores institucionales que podían ofrecer servicios de apoyo al comercio local. Con ello se creó una red más extensa para los exportadores vietnamitas, basada en necesidades y enfoques comunes.

EXPANSIÓN DE UNA RED DE APOYO A LOS EXPORTADORES

Vietrade analizó las necesidades relacionadas con la exportación en los sectores de la fruta fresca, el té verde, el lichi, el atún, el pangasius y la pimienta. Tras varios meses, 41 PYME han perfeccionado sus planes de desarrollo de las exportaciones con la asistencia de los formadores dedicados y han pasado a ser parte de la red de apoyo comercial de Vietrade como ejemplos para otras empresas.

La red integrada está activa y en línea. También está disponible una red de formadores, orientadores y asesores que ofrecen sus servicios en persona. Las PYME pueden ponerse en contacto a través de las redes con las instituciones de apoyo al comercio nacionales y provinciales asociadas con Vietrade.

PLANIFICACIÓN DE LAS EXPORTACIONES – ENFOQUE EN EL DESARROLLO DEL COMERCIO

Todos los actores de la red se dieron cuenta de la importancia de seguir un planteamiento minucioso y de aprovecharse de la planificación a nivel de red. Los consejeros delegados se involucraron de forma activa y lo convirtieron en un ejercicio para toda la empresa.

Las PYME reformularon sus estrategias de exportación gracias a la asistencia externa para adoptar un enfoque DAFO, que analiza Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades.

INDICADORES DEL ÉXITO

Las PYME piloto participaron en varias ferias de comercio y misiones internacionales y entre todas ellas firmaron 103 contratos de exportación. El número de formadores y consultores certificados de Vietrade ha crecido de 20 a 200.

SEGUNDO FINALISTA

MEJOR USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

CONTACTO

Yan Yun

Director General,
Centro de Certificación
Comercial, CCPIT

1, Fuxingmenwai Street, Beijing
100861, China

www.trustrader.ccpit.org;
www.ccpit.org



中国国际贸易促进委员会
CHINA COUNCIL FOR THE PROMOTION
OF INTERNATIONAL TRADE

CONSEJO CHINO PARA LA PROMOCIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL

TRUSTED TRADERS ONLINE¹

«La solvencia constituye la piedra angular de los negocios. CCPIT lanzó la iniciativa de Comerciantes fiables en línea con el objetivo de mejorar la conexión entre las comunidades empresariales, la visibilidad de las PYME solventes, los intercambios mutuos y ayudar a forjar nuevas oportunidades comerciales.»

Gao Yan, Presidente

COMENTARIOS DEL JURADO

«Una forma útil e innovadora de generar la confianza en los compradores y terceras empresas fuera de China.»

«Una puesta en marcha bien documentada.»

«Un indicador de evaluación estandarizado, estructurado y predefinido.»

Trusted Traders Online es una plataforma fiable que constituye un escaparate para PYME solventes. Con ello se ayuda a que estos puedan mostrar su credibilidad a posibles compradores y otros actores fuera de China.

Para desarrollar esta plataforma, el CCPIT realizó una encuesta con las PYME de todo el país en 2018, en la que se centró en los requisitos de servicio para exportadores e importadores, con la que obtuvo 7459 respuestas. También visitó las sedes de 20 PYME.

Puesta en marcha en 2019, la plataforma ofrece lo siguiente:

- Proporciona una evaluación crediticia estandarizada.
- Ofrece perfiles de empresas, con información sobre cada una de ellas, incluyendo datos y fotos de los productos.
- Proporciona respuestas a consultas comerciales.
- Proporciona apoyo sobre creación de marcas.
- Identifica oportunidades comerciales.

La plataforma confirma si una PYME es de confianza, lo que refuerza la credibilidad e impulsa la confianza para hacer negocios con ella. Además, también ayuda a forjar nuevos vínculos comerciales mundiales, con lo que se aumentan las posibilidades de contratación y se reducen los costes en marketing.

ROMPER LAS BARRERAS DE INFORMACIÓN

Trusted Traders Online está disponible en chino y en inglés y proporciona información sobre 300.000 importadores y exportadores. Toda la información en el sitio web proviene de fuentes oficiales o es proporcionada por el propio comerciante y después verificada manualmente.

Entre los resultados destacan los siguientes:

- Infundir confianza. Se insta a los comerciantes a operar de buena fe, cumplir sus promesas, valorar la calidad del producto y cuidar su imagen de marca.
- Romper las barreras de información relacionadas con la solvencia. Esto les da confianza a las empresas para contratar PYME y ayuda a forjar nuevos vínculos comerciales mundiales.
- Explorar nuevas formas de servir a la comunidad empresarial para las OPC. Con ello se puede cimentar el camino para que las organizaciones de promoción del comercio prueben nuevos modelos de servicio comerciales.

REALIZAR UNA EVALUACIÓN CREDITICIA ESTANDARIZADA

- Estado general de la empresa.
- Capacidad de rendimiento.
- Riesgo de reembolso de la deuda.
- Riesgo de incumplimiento.
- Riesgo operativo o de gestión.

INDICADORES DEL ÉXITO

A diciembre de 2019, 333 PYME chinas habían presentado sus solicitudes de evaluación crediticia. El CCPIT también ha establecido mecanismos de cooperación de reconocimiento mutuo con la Asociación Egipcia de Crédito y Riesgo, la Federación de Cámaras de Comercio e Industria de Sri Lanka y la Cámara de Comercio e Industria Luso-China.

¹ Comerciantes fiables en línea

SEGUNDO FINALISTA

MEJOR USO DE LAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN



CONTACTO

YBrs. En. Mohd Mustafa Abdul Aziz
Consejero delegado

Menara MATRADE, Jalan Sultan Haji Ahmad Shah
50480 Kuala Lumpur, Malasia

www.matrade.gov.my

CORPORACIÓN PARA EL DESARROLLO DEL COMERCIO EXTERIOR DE MALASIA

MYEXPORT - INTELIGENCIA DE MERCADO EN LÍNEA Y EN TIEMPO REAL

«MyExport ha ganado relevancia durante la pandemia. Los empresarios malayos se han visto muy afectados por la crisis de la COVID-19 ya que no han podido viajar al extranjero para asistir a ferias comerciales o tener reuniones cara a cara con clientes potenciales. MyExport les proporciona acceso a oportunidades comerciales de importadores extranjeros, recopiladas por nuestras 46 oficinas en todo el mundo.»

Datuk Wan Latiff Wan Musa, Consejero delegado,
MATRADE

COMENTARIOS DEL JURADO

«La herramienta posee un número impresionante de funciones y una interfaz atractiva.»

«Satisface directamente las necesidades de los exportadores y optimiza la información de mercado que llega de los representantes comerciales.»

«El seguimiento se centra en el uso y en la tasa de satisfacción y está bien documentado.»

MATRADE busca constantemente nuevas formas de conectar a los exportadores con los mercados y apoya a sus oficiales comerciales en todo el mundo, que son los que trabajan con los exportadores. Este servicio ayuda a MATRADE a responder de una forma más ágil a las situaciones cambiantes del mercado mundial actual y a asesorar mejor a la comunidad empresarial.

ENTREGA DE INFORMACIÓN COMERCIAL EN TIEMPO REAL

Entre las funciones de la plataforma de información comercial se encuentran las siguientes:

- Alertas sobre las condiciones, tendencias, políticas, regulaciones y oportunidades de los mercados.
- Estudios de mercado de productos: prospectos, estándares, distribución y posibles compradores.
- Oportunidades comerciales de importadores extranjeros.
- Información de los mercados: productos específicos y mercados, anuncios de licitaciones, perfiles de exportadores, anuncios y resúmenes de seminarios de promoción comercial, y publicaciones en línea.
- Evaluación de preparación para la exportación. Una herramienta en línea para ayudar a las empresas a realizar una evaluación sobre sus recursos para la exportación, métodos de marketing, compromiso de la dirección y potencial de productos y servicios.

Este recurso rico en contenido y accesible fue desarrollado internamente y se actualiza de forma continuada. Con ello MATRADE puede añadir nuevas características, como permitir que los exportadores comprueben su participación en los eventos a los que se han inscrito. MATRADE está considerando



expandir la herramienta para incluir historias de éxito, más informes comerciales e industriales, y contenido audiovisual basado en los comentarios de los usuarios.

MyExport beneficia a los exportadores al ahorrarles tiempo para acceder a la información y al reducir la necesidad de comprar costosos informes sobre mercados. La plataforma también ha sido de ayuda para la propia MATRADE, que la ha usado para trabajar con empresas extranjeras que comercian con proveedores de productos y servicios de Malasia. Se utiliza en más de 40 ubicaciones en las principales ciudades comerciales y en cinco sucursales nacionales.

INDICADORES DEL ÉXITO

MATRADE mide la relevancia y la utilidad de la plataforma con Google Analytics. Entre los indicadores se incluyen el número de suscriptores a MyExport, los datos de acceso totales a plataforma al mes y al año, y el número de visitas a cada una de las páginas de los servicios ofertados.



SEGUNDO FINALISTA

MEJOR INICIATIVA PARA ASEGURAR UN COMERCIO INCLUSIVO Y SOSTENIBLE



CONTACTO

Sunita Daniel
Directora Jefa Ejecutiva
Export Saint Lucia
Apartado postal 5524
Castries, Santa Lucia
www.exportsaintlucia.org

EXPORT SAINT LUCIA

ASISTENCIA AL DESARROLLO DE LAS EXPORTACIONES – MUSGO DE IRLANDA DE PRASLIN

« Hemos visto un gran crecimiento en la exportación de musgo de Irlanda. Nuestra asistencia técnica para la asociación de productores de musgo de Irlanda ha mejorado los medios de vida de los agricultores en la zonas rurales. »

Sunita Daniel, Directora Jefa Ejecutiva, Export Saint Lucia

COMENTARIOS DEL JURADO

« Un desarrollo de las exportaciones muy bueno para un producto específico cosechado por una comunidad rural. »

« La relación de la exportación con los ODS es clara. »

« Análisis estadístico – fuerte. En particular, desglosa el número de nuevos productores por género. »

« Buena descripción del impacto en el empleo, la sociedad, la cultura y el medio ambiente. »

Cuando la industria bananera de Santa Lucía perdió su acceso preferente al mercado, muchos agricultores se quedaron sin su medio de subsistencia. Los exportadores se abrieron a nuevos mercados, pero obtuvieron unos resultados mixtos.

Export Saint Lucia intervino para revitalizar el cultivo y producción de musgo de Irlanda secado al sol en Praslin, una pequeña comunidad costera. La popularidad del musgo de Irlanda está creciendo entre los consumidores por sus potentes nutrientes que estimulan el sistema inmunitario.

Export Saint Lucía se asoció con la Asociación de productores de musgo de Irlanda de Praslin. La asociación se creó en 1998 con el objetivo de impulsar la generación de ingresos de los productores que operaban por debajo del umbral de pobreza. Sin embargo, los agricultores no fueron capaces de desarrollar mercados sostenibles y muchos de ellos abandonaron la producción de musgo de Irlanda.

FORTALECIMIENTO DE LA CAPACIDAD DE LOS PRODUCTORES

Export Saint Lucia lanzó este programa para fortalecer la capacidad de los productores al mejorar la calidad, las técnicas posteriores a la recogida, la creación de marca y el empaquetado. Los objetivos eran incrementar las exportaciones a través del acceso a mercados extranjeros, crear empleo, y empoderar a las mujeres y los jóvenes en situación de vulnerabilidad.

Los productores de musgo de Irlanda carecían en un primer momento de un mecanismo de control de la calidad y de gestión de inventario. Se construyeron nuevos invernaderos en los que secar el musgo, lo que mejoró la calidad e incrementó la eficiencia, ya que los productores no tenían que retirar el producto de las mesas de secado cuando había cambios de tiempo.



Además, los productores aprendieron nuevas prácticas de gestión. Se organizaron cursos básicos de contabilidad que ayudaron a hacer un seguimiento de las adquisiciones y las ventas, y se puso en marcha un sistema de gestión de inventario que mejoró la gestión de las existencias. También se formó a los productores en nuevas técnicas posteriores a la cosecha y de almacenamiento. La mayor parte de la formación se realizó sobre el terreno, lo que la hizo más accesible y tuvo una mayor relevancia para los productores.

Export Saint Lucia incluyó al musgo de Irlanda en la marca Taste of Saint Lucia, y creó una página de Facebook para la asociación. Al relacionar al producto con las cualidades de Santa Lucía, y al asegurar la producción, calidad y entrega, se aumentó sustancialmente la demanda extranjera.

EL ÉXITO CONTRIBUYE A LA CONSECUCCIÓN DE LOS ODS

Export Saint Lucia se centró en los mercados nicho de consumidores interesados en alimentos de comercio justo. En 2018, las exportaciones de musgo de Irlanda supusieron 54.912 dólares de EE.UU.; en 2019, las exportaciones ascendieron a 557,453 dólares de EE.UU.

El número de productores activos de musgo de Irlanda creció de 43 a 157, cuando los productores, muchos de ellos mujeres, volvieron en multitud a tomar las riendas de sus producciones.

Las misiones y muestras comerciales en Canadá, el Reino Unido y los Estados Unidos ayudaron al crecimiento de la exportación.

Export Saint Lucia está trabajando en la actualidad para obtener la Indicación Geográfica Protegida para el musgo de Irlanda secado al sol de Santa Lucía con el objetivo de aumentar aún más su marca de exportación.



SEGUNDO FINALISTA

MEJOR INICIATIVA PARA ASEGURAR UN COMERCIO INCLUSIVO Y SOSTENIBLE



CONTACTO

María Peña
Consejera delegada
Paseo de la Castellana, 278
28046 Madrid, España
www.icex.es

ICEX ESPAÑA EXPORTACIÓN E INVERSIONES

ICEX IMPACT+

Como cualquier otro proyecto piloto disruptivo, la puesta en marcha de ICEX IMPACT+ supuso numerosos retos, como la formación y la sensibilización de los empleados, el desarrollo de los procesos de innovación, la creación de alianzas fuertes no tradicionales, y la búsqueda de nuevos enfoques para los modelos comerciales de los clientes.

María Peña, Consejera Delegada, ICEX España

COMENTARIOS DEL JURADO

Muy innovadora, con un análisis fuerte sobre la relación del proyecto con los ODS.

Buen seguimiento, con resultados completos y bien documentados.

ICEX España apoya a las PYME españolas en la exploración de nuevos mercados en países de bajos ingresos. Para ello, se asocian con comunidades empresariales e inversores locales para diseñar y entregar productos empresariales que cubran las necesidades de la comunidad y que contribuyan con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas.

Las empresas españolas están motivadas por la oportunidad de fortalecer su cultura de innovación, contribuir a las necesidades de desarrollo e incrementar los beneficios.

CONECTAR PYME DE ALTO POTENCIAL CON MERCADOS DE BAJOS INGRESOS

Estos mercados ofrecen a las empresas la oportunidad de poner en marcha soluciones innovadoras y disruptivas que cumplan con su responsabilidad social corporativa y logren además objetivos comerciales.

Entre las áreas con potencial se encuentran la modernización de la agricultura, la generación de energía eléctrica renovable, el ciclo del agua, los textiles y el turismo sostenible.

El programa ICEX IMPACT+ ofrece lo siguiente:

- Talleres de formación, herramientas de autodiagnóstico e instrumentos para diseñar modelos de negocios sostenibles e inclusivos.
- Publicación de oportunidades empresariales publicadas en su servicio en línea.

SEMINARIOS INTENSIVOS PROFESIONALES PARA EMPRESAS

Estos seminarios de una semana de duración cubren los siguientes temas:

- Contacto con expertos empresariales con gran conocimiento y contactos locales.
- Desarrollo de modelos de negocio con comunidades locales.
- Presentación de ideas/modelos de negocio a posibles inversores.
- Asesoramiento personalizado para poner en marcha los modelos.

EL ÉXITO ABRE LA PUERTA A NUEVOS PROYECTOS

El programa comenzó en 2017 en Colombia, con 12 empresas españolas. En la actualidad cuenta con 30 empresas españolas que operan en Colombia, Ecuador, México, Marruecos y Perú y se está expandiendo por el resto del mundo.



PRESENTACIÓN DE LOS PREMIOS



Los premios de la Red Mundial de OPC fueron presentados en una ceremonia en línea desde la sede del ITC en Ginebra, Suiza. El evento comenzó con un diálogo entre los miembros del jurado, compuesto por los ganadores de los años anteriores, sobre los beneficios de la Red Mundial de OPC y los premios.





JURADO DEL 2020

Posición	Organización	Nombre
Presidenta	Centro de Comercio Internacional (ITC)	Dorothy Tembo Directora Ejecutiva Interina
Miembros	Business France	Philippe Yvergniaux Director de relaciones internacionales
	Autoridad de Promoción de las Exportaciones de Ghana	Afua Asabea Asare Consejera Delegada
	Consejo de Promoción de las Exportaciones de Nigeria	Olusegun Awolowo Consejero Delegado
	Banco de Desarrollo de Qatar – TASDEER	Hamad Salem Mejegheer Director Ejecutivo de desarrollo y promoción de exportaciones
Coordinadores	Centro de Comercio Internacional (ITC)	Ann Penistan

CONGRESOS PREVIOS

- En el 1er Congreso de 1996 en Cartagena, Colombia, se abordó el impacto del nuevo sistema multilateral de comercio, tras la creación de la Organización Mundial del Comercio.
- En el 2º Congreso de 1998 en Santiago, Chile, se observaron más de cerca las herramientas de promoción del comercio.
- En el 3er Congreso de 2000 en Marrakech, Marruecos, 2000 participantes consideraron los retos de la economía digital y examinaron las dificultades que planteaban las asociaciones público-privadas y la evaluación del impacto.
- El turbulento entorno empresarial fue el tema del 4º Congreso de 2002 en Pekín, China.
- En el 5º Congreso de 2004 en San Julián, Malta, los participantes se centraron en la innovación y la acción práctica frente a las rápidas evoluciones del comercio mundial.
- Las oportunidades y dificultades para las OPC en el comercio mundial se abordaron en el 6º Congreso de 2007 en Buenos Aires, Argentina.
- En el 7º Congreso de 2008 en La Haya, Países Bajos, se exploraron cuestiones clave para que las OPC siguieran siendo competitivas en el cambiante mercado internacional.
- En el 8º Congreso de 2010 en Ciudad de México, se abordó el impacto de las OPC, así como la forma de mejorar sus esfuerzos e informar al respecto.
- En el 9º Congreso de 2012 en Kuala Lumpur, Malasia, los participantes examinaron los enfoques innovadores que aplican las OPC para afrontar las dificultades del entorno comercial de hoy en día y prepararse para el futuro.
- En el 10º Congreso de 2014 en Dubái, Emiratos Árabes Unidos, los participantes se centraron en el papel facilitador que desempeñan las OPC en los procesos de internacionalización de las PYME, haciendo hincapié en el vínculo entre el comercio y las actividades de promoción de las inversiones.
- El 11º Congreso, celebrado en Marrakech, Marruecos, en 2016 se centró en el impacto y las implicaciones en el comercio, la inversión y el empleo de las tecnologías digitales, las cadenas mundiales de valor del futuro y el surgimiento de África como el próximo destino del comercio y la inversión.
- El 12º Congreso, celebrado en París, Francia, en 2018 abordó el nuevo papel de las OPC como fuerzas conectoras que proporcionan servicios de forma continuada por medio de asociaciones, la adopción de nuevos modelos de negocio, la medición y el registro de los resultados y el impacto y la apuesta por la mejora de las habilidades para la era digital.
- El 13º Congreso Mundial de la Red de OPC tendrá lugar en Accra, Ghana, en 2022.

GANADORES DE EDICIONES PASADAS

- **2004:** Uganda, República de Corea, Australia, Jamaica, Bulgaria y Colombia
- **2006:** Zambia, Finlandia, Mauricio, Mongolia y Chile
- **2008:** Afganistán, Nueva Zelanda, Jamaica, Kenya y Costa Rica
- **2010:** Mauricio, Reino Unido y Brasil. Mención especial y segundos puestos: Armenia, Australia, Hungría y Malasia
- **2012:** Uganda, Austria, Jamaica y México. Mención especial, segundo y tercer lugar: Suiza, República Dominicana, Zambia, Jordania y Lituania. Benin, Emiratos Árabes Unidos y Francia
- **2014:** Zambia, Mauricio, México. Mención especial: Lituania y España
- **2016:** Costa Rica, Francia y Madagascar
- **2018:** Ghana, Nigeria, Catar

