

Arrozal en el pueblo
de Nalma (Nepal).



Prioridades de la Ayuda para el Comercio



19

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

26

Prioridades de los donantes en materia de Ayuda para el Comercio

34

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

44

Importancia creciente de la Ayuda para el Comercio

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

El comercio como prioridad de desarrollo para el

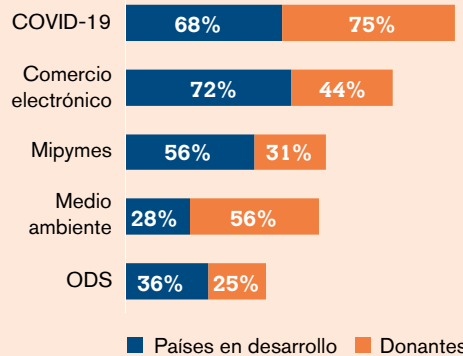


94%

de los países en desarrollo y el

86%

de los donantes



Estrategias específicas de la pandemia adoptadas por el



49%

de los países en desarrollo y el

44%

de los donantes

Otros factores que desencadenaron cambios en las estrategias

Comercio electrónico y digital



72%

de los países en desarrollo y

44%

de los donantes

Mipymes



56%

de los países en desarrollo y

31%

de los donantes

Sostenibilidad ambiental



28%

de los países en desarrollo y

56%

de los donantes

Prioridades de la Ayuda para el Comercio en 2022

Países asociados



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

Donantes



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



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

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

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

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

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



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

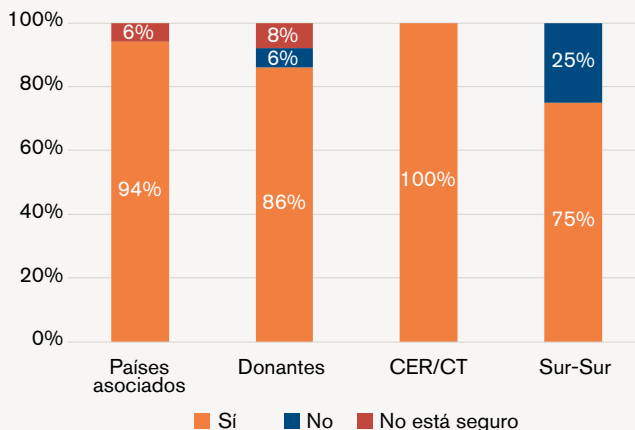
todo en lo que se refiere a hacer frente a los acuciantes problemas de la sostenibilidad ambiental y el cambio climático.

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

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

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

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



Fuente: Secretaría de la OMC.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

- facilitación del comercio;
- diversificación de las exportaciones;

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

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

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



Fuente: Secretaría de la OMC.

Facilitación del comercio

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

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

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

Recuadro 1

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

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

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

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

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

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

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

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

Diversificación de las exportaciones

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



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

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

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

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

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

Conexión a las cadenas de valor

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



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

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

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

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

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

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

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

Recuadro 2

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

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

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

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

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



OPINIÓN EXPERTA

Turismo: desde la crisis hasta la transformación

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

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

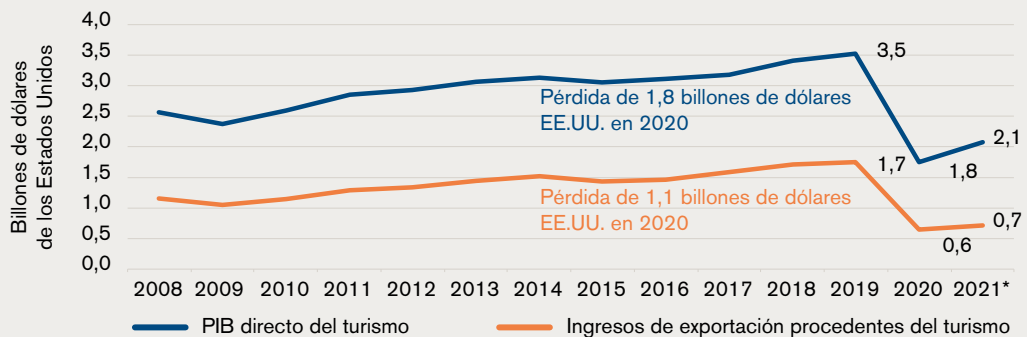
En 2019 viajaron internacionalmente 1.500 millones de personas, y los ingresos de exportación del turismo ascendieron a 1,7 billones de dólares EE.UU., que equivalían al 7% de las exportaciones totales de bienes y servicios. La contribución económica directa del turismo alcanzó 3,5 billones de dólares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

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

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

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

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

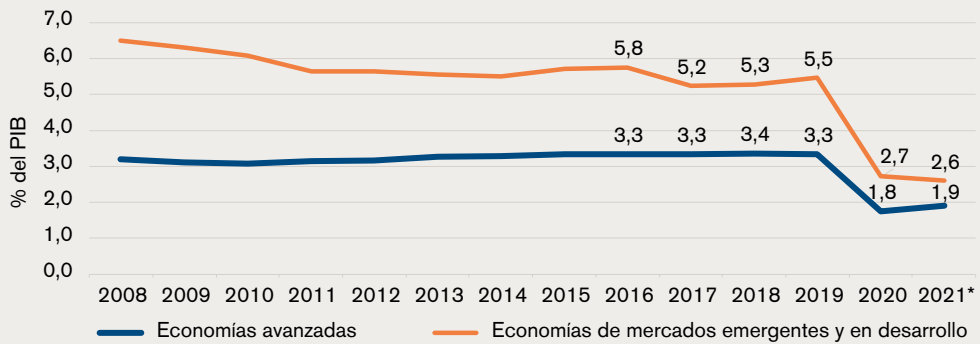


* Estimación de datos para 2021.

Fuente: OMT.

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

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



* Estimación de datos para 2021. Fuente: OMT.

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

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

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

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

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

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

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

Prioridades de los donantes en materia de Ayuda para el Comercio

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

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

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

Facilitación del comercio

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Estudio de caso práctico

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

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

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

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

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

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

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

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



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

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

Empoderamiento económico de las mujeres

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

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

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



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

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

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

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

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

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

Estudio de caso práctico

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

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

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

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

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

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



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

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

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

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

Integración regional

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

África

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

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

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

Región del Pacífico

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

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

Región árabe

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

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

Asia

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

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

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

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

Comerciante de mercado de Tanzania presentando con orgullo sus especias.



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

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
África	
Madagascar	Fortalecimiento de la integración regional con la AfCFTA, el Mercado Común de África Oriental y Meridional y la Comunidad de Desarrollo de África Meridional
Mali	Para participar en la AfCFTA, es necesario mejorar la competitividad de las empresas y eliminar los obstáculos al comercio Las empresas tienen que innovar e invertir más en nuevas técnicas modernas de producción, así como fomentar el intercambio de productos con alto valor añadido
Donantes	
Australia	El PACER Plus ofrece un nuevo foro para el diálogo sobre políticas y la adopción de decisiones acerca de las prioridades en materia de Ayuda para el Comercio Se estableció una Unidad de Aplicación para aplicar el PACER Plus. Programa de Trabajo sobre Desarrollo y Cooperación Económica del PACER Plus con un presupuesto de AUD 25 millones (2021-2025) La estrategia regional de Ayuda para el Comercio del Pacífico, coordinada por la secretaria del Foro de las Islas del Pacífico, y la evaluación de las necesidades del PACER Plus realizada en 2021 contribuyen a fundamentar y configurar el enfoque y las actividades regionales de Ayuda para el Comercio de Australia
Canadá	Impulso de las corrientes comerciales intraafricanas de bienes y servicios inocuos para el medio ambiente mediante la realización de una evaluación ambiental estratégica con el fin de examinar los posibles puntos de entrada y las oportunidades de incorporar las consideraciones relativas al cambio climático
Corporación Islámica Internacional para la Financiación del Comercio	La segunda fase de la AfTIAS tiene por objeto aumentar el comercio intrarregional mediante: <ul style="list-style-type: none"> ▪ la eliminación de los obstáculos al acceso a los mercados ▪ la mayor presencia de los Estados árabes en las cadenas de valor mundiales ▪ la garantía de que los beneficios que reporta el comercio sean compartidos de manera más inclusiva entre toda la población, en particular los grupos vulnerables, como las mujeres y los jóvenes

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

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

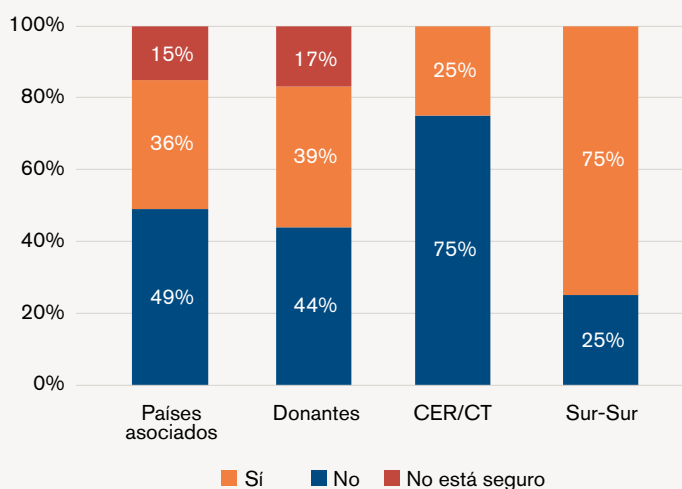
“Las repercusiones económicas de la pandemia de COVID-19 son el principal factor que ha dado lugar a cambios en las prioridades de la Ayuda para el Comercio”.

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

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

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

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



Fuente: Secretaría de la OMC.

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



Fuente: Secretaría de la OMC.

Repercusiones económicas y comerciales de la pandemia de COVID-19

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

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

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

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

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

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

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



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

Recuadro 3

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

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

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

Exportaciones de mercancías

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

Exportaciones de servicios

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

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

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

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

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

Fuente: OMC (2022).

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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



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

Desarrollo del comercio electrónico y transformación digital

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

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

Recuadro 4

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

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

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

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

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

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

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

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

Objetivos de crecimiento y desarrollo de las mipymes

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

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



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

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



OPINIÓN EXPERTA

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

*** Véase Brenton y Chemutai (2021).

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

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

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

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

Crecimiento ambientalmente sostenible (verde), incluida la economía circular

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

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



Cosecha en pie de bananos en Bangladesh.

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

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

Importancia creciente de la Ayuda para el Comercio

La Ayuda para el Comercio ha ido adquiriendo mayor importancia para los países asociados y es un instrumento relevante para promover la coherencia de las políticas de los donantes. A continuación se indican los colectivos interesados que en sus respuestas al cuestionario señalaron que ese aspecto había adquirido más importancia desde 2019:

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

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

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



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

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

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



Unos agricultores etíopes clasifican tomates antes de llevarlos al mercado.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Regiones y donantes	Respuestas al cuestionario
Unión Europea	<p>La estrategia de 2017 tenía como finalidad aumentar la movilización de Ayuda para el Comercio para una prestación mejor informada y coordinada, reforzada por el enfoque del Equipo Europa</p> <p>Ese enfoque trataba de aumentar los efectos gracias al aprovechamiento pleno de los instrumentos en el marco de las políticas exteriores de la UE, en particular:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ el Plan Europeo de Inversiones Exteriores ▪ los acuerdos comerciales (como los acuerdos de asociación económica, los acuerdos de libre comercio y las zonas de libre comercio de alcance amplio y profundo) ▪ los regímenes comerciales (Sistema Generalizado de Preferencias, iniciativa "Todos menos armas")

Notas finales

1. Véase <https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/getting-goods-across-borders-in-times-of-covid-19-972ada7a>.
2. Véase https://www.wto.org/spanish/tratop_s/devel_s/a4t_s/gr21_s/gr21_s.htm.
3. Véase https://www.wto.org/spanish/news_s/events_s/gscforum2022_s.htm.
4. Véase <https://ariseplus-indonesia.org/en>.
5. Véase <https://europa.eu/capacity4dev/tei-jp-tracker/tei/support-african-continental-free-trade-area>.
6. Véase <https://www.shetrades.com>.
7. Véase https://www.undp.org/africa/press-releases/afcfta-and-undp-announce-new-partnership-support-largest-trade-area-towards-inclusive-growth-africa?utm_source=EN&utm_medium=GSR&utm_content=US_UNDP_PaidSearch_Brand_English&utm_campaign=CENTRAL&c_src=CENTRAL&c_src2=GSR&gclid=EA1a1QobChMI15iYgv6a-AIV0o1oCR1t4AsDEAAYASAAEgLv_D_BwE.
8. Véase <https://www.gov.uk/government/news/uk-backs-africas-ambitious-continental-free-trade-initiative>.
9. Véase <https://pacerplus.org>.
10. Véase https://www.wto.org/spanish/tratop_s/msmesandra_s/msmesday20_s.htm.