

Guía sobre Diplomacia Comercial



© Centro de Comercio Internacional 2019

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

Fax: +41-22 733 4439

Correo electrónico: itcreg@intracen.org

Internet: <http://www.intracen.org>

Guía sobre Diplomacia Comercial



Acerca de la guía

Esta guía de formación para representantes o agregados comerciales, única en el mundo, explica cómo promover el comercio y la inversión en el extranjero, al tiempo que establece prioridades para los mercados, las industrias y los clientes.

Basándose en experiencias de primera mano, la guía explora formas de establecer redes, crear asociaciones, ofrecer inteligencia empresarial, y promover el comercio y la inversión. Las listas de control y los estudios de caso reflejan el mundo empresarial actual de las plataformas digitales, las de redes de negocios sociales y el perfil cambiante de las empresas internacionales.

La guía está dirigida a representantes comerciales, diplomáticos o agregados provenientes de los ministerios de relaciones exteriores o de comercio; organismos de promoción del comercio y las inversiones; asociaciones empresariales y cámaras de comercio; y centros de formación para diplomáticos.

Editor: Centro de Comercio Internacional

Título: Guía sobre Diplomacia Comercial

Fecha y lugar de publicación: Ginebra, julio de 2019

Páginas: 120

Lenguas disponibles: Inglés, francés y español

eISBN: 978-92-1-004109-6

Referencia de documento del ITC: P91.S/DEI/TISI/19-VII

Referencia bibliográfica: Centro de Comercio Internacional (2019). Guía sobre Diplomacia Comercial. ITC, Ginebra.

Quedan reservados todos los derechos. Queda prohibida la reproducción, el almacenamiento en un sistema de recuperación de información o la transmisión de cualquier forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, electroestático, mecánico, de grabación magnética, de fotocopia o por otros métodos, de esta publicación o de alguna de sus partes sin el permiso previo y por escrito del Centro de Comercio Internacional.

Imágenes digitales de la portada: © Shutterstock. Diseño gráfico: Kristina Golubic

© Centro de Comercio Internacional (ITC)

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

Prólogo



En un panorama comercial que cambia rápidamente, quienes apoyan a las empresas a desempeñar actividades comerciales necesitan nuevas formas de trabajo, nuevas habilidades y nuevas asociaciones. El Centro de Comercio Internacional (ITC) se enorgullece de respaldar el proceso de aprendizaje y cambio continuo que es el sello distintivo de todas las organizaciones de exitosas.

Esta guía apoya los esfuerzos de diplomáticos de alto nivel, comisarios de comercio, cónsules honorarios, agregados de comercio, personal de cámaras internacionales y bilaterales, proveedores asociados del sector privado y cualquier persona que desee ofrecer excelencia estratégica y operativa a las empresas que buscan la internacionalización en los mercados extranjeros.

La primera guía del ITC para representantes comerciales se publicó en 1973 y se actualizó en 2013. La guía sigue siendo una referencia internacional única, la cual ofrece información sobre el valioso papel de la diplomacia comercial nacional. El cambio digital, el cambio climático, el comercio mundial y el cambio en las políticas de inversión siguen teniendo una gran influencia en la forma en que las empresas navegan por los mercados internacionales, así como en la mejor manera de apoyarlos. Esta guía ofrece procedimientos, herramientas y competencias para crear conocimiento y redes en los mercados extranjeros, y para ofrecer a las empresas la oportunidad de beneficiarse de las fuerzas de la globalización.

Sabemos que estas redes en el extranjero marcan la diferencia. La falta de información comercial es una de las principales razones por las que las empresas optan por no participar en el comercio internacional, o deben luchar para sobrevivir cuando lo hacen. Los trabajos de investigación realizados confirman que cuando los gobiernos tienen acceso a una buena red internacional de apoyo, que ofrece servicios eficaces de promoción del comercio y de atracción de inversiones, las ventas de exportación aumentan, con importantes beneficios indirectos para la economía en su conjunto.

Asimismo, sabemos que las nuevas plataformas digitales y los actores del sector privado están ofreciendo nuevas opciones para crear esta red internacional a un coste reducido. Ello significa que cualquier país, trabajando de forma inteligente, puede competir con aquellos que disponen de equipos ya bien establecidos en muchos mercados.

La guía está diseñada para ser una herramienta práctica, con listas de control y ejemplos a los que recurrir cuando sea necesario. Forma parte de una oferta integrada del ITC, junto con un curso en línea actualizado de nuestra Academia de Comercio para Pymes y para impartir formación presencial personalizada.

Nuestro objetivo es construir rutas comerciales hacia el desarrollo sostenible e inclusivo, y eso significa ayudar a los gobiernos, las instituciones y las empresas a crear redes mundiales más eficaces. Esta guía cumple en parte esa promesa.

Arancha González
Directora Ejecutiva
Centro de Comercio Internacional (ITC)

Agradecimientos

Esta es la cuarta edición de la guía del Centro de Comercio Internacional (ITC) que apoya a los representantes comerciales desplegados por los gobiernos en los mercados internacionales.

La primera edición, *Representación Comercial Oficial en el Extranjero*, fue producida en 1973, y en 1993 se publicó una segunda edición. La edición actual se basa en las ideas ofrecidas y probadas para la tercera edición, publicada en 2013. El contenido de la guía y las listas de control de esta cuarta edición se pusieron en práctica en un taller para el Ministerio de Asuntos Exteriores de Nepal en junio de 2018.

John Doddrell, el autor principal de esta edición, tiene una amplia experiencia en diplomacia comercial, ya que ha sido Cónsul General Británico y Director de Comercio e Inversión del Reino Unido, así como Director de Estrategia en Londres. Su trabajo se basa en la investigación y las orientaciones del ITC, además de en su propia experiencia personal.

El ITC desea dar las gracias a los siguientes miembros del personal por sus contribuciones: Anders Aeroe, Annegret Brauss, Anne Chappaz, Sibylle Neuhaus, Susanna Pak y Ann Penistan.

Sebastian Rodas, ITC, fue el director técnico del proyecto y el principal enlace con el autor. Natalie Domeisen, ITC, dirigió la revisión editorial y organizó las contribuciones de la revisión inter pares del ITC.

Julie Wolf y Natalie Domeisen editaron el informe. Natalie Domeisen y Evelyn Seltier, ITC, dirigieron el proceso de producción. Kristina Golubic se encargó del diseño gráfico, y Franco Iacovino dirigió el trabajo de maquetación. Serge Adeagbo y Franco Iacovino, por su parte, se encargaron de la impresión digital.

Índice

Prólogo	V
Agradecimientos	VII
Definiciones.....	XII
Cómo utilizar esta guía.....	XIV

PARTE 1 ENTENDER EL CONTEXTO GENERAL.....1

Capítulo 1

TRABAJAR EN EL COMERCIO INTERNACIONAL.....	2
No hay dos días iguales	2
La importancia de la ubicación.....	4
La importancia del título.....	5
Tendencias en un entorno cambiante	5
Por qué los gobiernos invierten en diplomacia comercial	8

Capítulo 2

PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA.....	10
Alinearse con los planes nacionales y las estrategias de exportación	10
Definir los mercados prioritarios.....	11
Segmentación de clientes.....	13
Ser proactivo	14
Evaluar la atractividad del mercado	14
Medir el rendimiento.....	16

Capítulo 3

DECISIONES ESTRATÉGICAS	18
¿Apoyo a empresas grandes o pequeñas?	18
¿Exportar o importar?	19
¿Inversión extranjera o saliente?	20
Gobernar los servicios	20

预览已结束，完整报告链接和二维码如下：

https://www.yunbaogao.cn/report/index/report?reportId=5_22856

