

PERFIL: PROPUESTA DE PROYECTO PARA EL FOMIN

I. DATOS BÁSICOS

País:	Guatemala		
Título del Proyecto y	Apoyo al desarrollo del comercio electrónico		
Número del Proyecto:	GU-M1002		
Equipo de Proyecto	Antonio Ca'Zorzi (SDS/ICT), Jefe de Equipo, Maximilian Spiess (SDS/ICT), Pedro Sáenz (RE2/FI2), XX XX (FOMIN) y XX XX (LEG).		
Fecha de la Solicitud:	Enero de 2004		
Beneficiario/ Organismo Ejecutor:	Cámara de Comercio de Guatemala		
Costo Estimado y Plan de Financiamiento:	FOMIN – Facilidad III-a	US\$	225.000 (70%)
	Contrapartida Local	US\$	<u>95.000 (30%)</u>
	TOTAL	US\$	320.000 (100%)
Fechas Tentativas	Oficina de Vice-Presidencia:	15 de Junio de 2004	
	Comité de Donantes:	25 de Julio de 2004	

II. ANTECEDENTES

A. Contexto general

- 2.1 En las estadísticas internacionales de “e-Readiness” Guatemala se sitúa invariablemente en las últimas posiciones: el país ocupa la 73ésima posición sobre 82 del índice global del “Networked Readiness” para 2002 –2003 del World Economic Forum . La situación del sector privado del país no es mejor ya que en el sub-índice de “Business Readiness” que mide el grado de preparación de las empresas en participar y beneficiarse de las TICs, el país se encuentra en la 71ésima posición. Estos datos son confirmados por la Cámara de Comercio de Guatemala quien estima que un muy bajo porcentaje de las empresas del país (menos del 20%) tienen acceso a PCs e Internet y que un porcentaje incluso menor (10%) realizan transacciones dentro de la línea que aparenta comercio electrónico. Aunque varias empresas del país ya han empezado a utilizar Internet para mejorar su situación en el mercado, los casos exitosos son raros.
- 2.2 En Guatemala el desarrollo de prácticas de TIC entre las pymes del país se enfrenta a varios obstáculos: a) si bien es cierto que el país ha liberalizado el mercado de las telecomunicaciones, el progreso de la conexión ha sido lento debido también al hecho que la mayor parte de la población vive en ámbito rural; b) el crecimiento de la telefonía inalámbrica, aunque haya sido muy fuerte, no ha podido colmar la brecha del acceso; c) las políticas públicas orientadas al desarrollo del comercio electrónico y el entorno reglamentario no están todavía definidos; d) los pequeños empresarios no tienen la información y conocimientos apropiados para evaluar los costos y beneficios de la incorporación de TIC y comercio electrónico en sus negocios e) la infraestructura de pagos en línea, bien sea con tarjeta de crédito u otro mecanismo bancario, es

prácticamente inexistente a nivel nacional; f) sistemas de logística necesarios para la entrega de productos están casi ausentes afuera de la capital; g) los sitios web que utilizan las empresas para describir su oferta no tienen las características de un portal que permita finalizar una transacción completamente: el software necesario para hacer el intercambio comercial incluyendo el pago y el acuerdo sobre la entrega sólo está presente en bien pocas empresas, principalmente las exportadoras.

B. Justificación y Estrategia del Programa Propuesto

- 2.3 El nivel de conocimiento de las TIC por parte de los usuarios y del establecimiento de un entorno reglamentario que eleve el nivel de confianza en las transacciones por Internet, son elementos claves para que las TIC maximicen su efecto en la economía. En el caso de las empresas, especialmente pymes, es prioritario desarrollar niveles de conocimiento y confianza adecuados que tomen en cuenta sus características y la cultura de negocio local.
- 2.4 Con este enfoque, el proyecto propone acciones cuyo objetivo es mejorar la confianza en las transacciones vía Internet y el desarrollo del conocimiento sobre el uso y los beneficios de aplicaciones TIC por parte de las empresas. En lo que se refiere a mejorar la confianza en las transacciones vía Internet, el primer componente del proyecto propone contribuir al establecimiento de un entorno reglamentario, fomentando un dialogo entre el sector privado y el sector público que conduzca a la definición de una propuesta de ley sobre comercio electrónico y firmas digitales. Paralelamente se aprovechará la existencia de servicios de certificación de firmas digitales internacionalmente reconocidos para ofrecerlos localmente a las pymes.
- 2.5 El otro componente básico de la estrategia del proyecto, el desarrollo del conocimiento de las empresas en el uso de TIC, se fundamentará en experiencias pasadas, en particular en la iniciativa de AGEXPRONT y de la Cámara de Comercio anteriormente mencionada, que demuestran como el sector empresarial está ganando conciencia de la importancia que tiene el uso de Internet para sus negocios, inclusive en ámbito rural. El lanzamiento de las acciones de concentrización y de asistencia técnica previstas en el proyecto permitirá difundir conocimientos sobre el uso de TIC y evidenciar las mejores prácticas adaptadas a la realidad de las empresas locales; adicionalmente estas actividades facilitarán la participación de las pymes a las licitaciones del gobierno guatemalteco en el recién creado portal de e-compras Guatecompras.
- 2.6 La Comisión de Telecomunicaciones del Plan Puebla Panamá (PPP) ha acordado impulsar soluciones digitales que aceleren el desarrollo económico y social así como para que vayan integrando la “Autopista Mesoamericana de la Información” (AMI). Dentro del contexto PPP este proyecto es un eslabón del desarrollo de las telecomunicaciones de las empresas con menor capacidad de absorción por lo tanto, serviría de ejemplo para identificar los enfoques de solución necesarios para impulsar soluciones digitales. El Proyecto forma parte del “cluster” de FOMIN para el “fortalecimiento de la competitividad mediante las tecnologías de información y comunicaciones” y es compatible con la estrategia del Banco en el país que establece, entre sus prioridades, fomentar la inversión privada y eliminar barreras a la competitividad. Otros proyectos similares han sido aprobados recientemente en Panamá, Colombia y Bolivia.

III. OBJETIVOS Y DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA

A. Objetivos

- 3.1 El objetivo principal del proyecto es de incrementar la productividad y eficiencia de las pequeñas y medianas empresas a través de la incorporación de TICs a su operación y del incremento del nivel de confianza en el uso de Internet y comercio electrónico en el país

B. Componentes

- 3.2 **Componente I: Fortalecer la confianza en las transacciones en línea.** Este componente apunta a crear condiciones reglamentarias y operacionales favorables para que los operadores y usuarios tengan más confianza en las transacciones en Internet. Para este fin se desarrollarán las siguientes actividades: i) interacción del sector privado con el sector público para impulsar la creación de un marco legal del comercio electrónico; ii) implementación de un servicio de certificación digital (Autoridad de Registro) en la Cámara de Comercio; iii) seminarios y publicaciones dirigidas al personal de las Cámaras y de las empresas sobre el uso de la firma digital.
- 3.3 **Componente II: Apoyo a pymes para la incorporación de TIC.** El objetivo de este componente es de familiarizar las pymes con el uso de TIC en sus negocios, tanto a través de actividades de sensibilización y capacitación, como de servicios de asistencia técnica para la incorporación de TICs. Se prevé la realización de las siguientes actividades: i) sesiones y cursos en la capital y en el interior del país tanto para personal de los centros de afiliación de la CCG como de las pymes asociadas; ii) elaboración de una guía para el usuario típico que le sirva de orientación técnica para iniciarse en estos temas como para control de calidad; iii) capacitación de asesores de las pymes en uso de TIC y estudio de casos; iv) diagnóstico y planes de incorporación de TIC para pymes: se tendrán talleres cuyo objetivo será realizar diagnósticos para empresas y desarrollar planes de incorporación de TICs; y v) desarrollo de una capacidad de servicios de ayuda técnica a las pymes en los telecentros de la Cámara. Para las actividades de este componente se identificarán dos áreas, una rural y otra metropolitana así como tres sectores prioritarios.
- 3.4 **Resultados Esperados:** Se espera que como resultado del Proyecto, las pymes beneficiarias hagan mayor y/o más efectivo uso de las herramientas de TIC y que, como consecuencia, puedan aumentar su participación en los mercados (a ser medida en términos de ventas) nacionales e internacionales. A nivel de componentes, se esperan los siguientes resultados: (a) contar con un mecanismo de seguridad en las transacciones digitales y entre 30 y 40 pymes usando certificados digitales; (b) aproximadamente 500 empresas informadas y conscientes de los beneficios de las herramientas de comercio electrónico; (c) aproximadamente 100 empresas participarán en los talleres de diagnóstico y 35 de ellas recibirán una asistencia técnica especializada; (d) el fortalecimiento de los servicios que la CCG y los telecentros afiliados proveen a las pymes en materia de comercio electrónico.

IV. COSTO Y TIEMPO DE EJECUCIÓN DEL PROGRAMA

- 4.1 El costo total del proyecto está estimado en US\$ 320,000, de los cuales US\$ 225,000 estarían a cargo del FOMIN y US\$ 95,000 de contrapartida propia. La duración del proyecto es de 36 meses.

V. ENTIDAD EJECUTORA

- 5.1. La Cámara de Comercio de Guatemala es una Institución con personalidad jurídica reconocida desde el 26 de febrero de 1894. Entre sus objetivos primordiales está la promoción, el desarrollo y la defensa de los intereses generales del comercio y la producción del país, así como la promoción, el desarrollo y la defensa de la libertad de empresa. La Cámara provee una serie de servicios a sus afiliados, como, por ejemplo, la certificación de origen de bienes y asesoría general y especializada para sus asociados.
- 5.2. La Cámara de Comercio de Guatemala es la única entidad del sector privado en Guatemala que cuenta con 21 Filiales departamentales y 12 Gremiales Municipales. Estas Filiales y Gremiales, cada una con su Junta Directiva y su organización administrativa, son Cámaras que trabajan por el desarrollo de sus departamentos y que dependen de la Cámara Central,. La Cámara emplea aproximadamente entre 80 y 100 personas y cuenta con un presupuesto anual de cerca de \$2m.
- 5.3. Actualmente la Cámara de Comercio de Guatemala cuenta con algunos telecentros en la región norte en Sta. Cruz del Quiche, Nebaj y Rabinal. Este proyecto, denominado Centros de Negocios Electrónicos, se implementó en conjunto con la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) y con la Asociación Gremial de Exportadores de Guatemala. Además la Cámara de Comercio de Guatemala participa activamente en el portal nacional del Development Gateway financiado por el Banco Mundial.

VI. TEMAS CLAVE

- 6.1 **Sostenibilidad:** La sostenibilidad operativa del proyecto sería alcanzada mediante el mejoramiento de la capacidad institucional de la CCG para ofrecer los servicios de asesoría (el componente 2) así como para hacer cobros de los servicios de certificación de firmas indicados en el componente 1. Asimismo, al capacitar a un grupo de profesionales instructores en servicios tecnológicos para pymes, el Proyecto contribuiría al fomento del mercado nacional de servicios de consultoría en TICs.

VII. PREPARACIÓN Y ANÁLISIS DEL PROYECTO

- 7.1 Durante la preparación del proyecto, se prestará particular atención al análisis de los siguientes aspectos: (i) mayor precisión de la demanda potencial de servicios tecnológicos por parte de las pymes del país; (ii) los requisitos para la sostenibilidad del proyecto; (iii) los criterios para la selección de los sectores empresariales y de las empresas individuales que participarían en la experiencia piloto; (iv) los indicadores de

desempeño del marco lógico; (v) la capacidad institucional y financiera de CCG para llevar adelante este proyecto; (vi) modalidades de certificación digital.

VIII. ASPECTOS AMBIENTALES Y SOCIALES

- 8.1 No se prevén impactos negativos ni ambientales ni sociales vinculados con esta operación.

Aprobado por: _____

Fecha: _____