

## **REGIONAL**

# **PROMOCIÓN DEL USO DE PLATAFORMAS ELECTRÓNICAS DE COMERCIO COMO ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN DE LAS PYMES EXPORTADORAS ANDINAS**

**(RG-T1715)**

## **PLAN DE OPERACIONES**

Este documento fue preparado por el equipo de proyecto integrado por: Isabel Mejía (INT/INT), Jefe de Equipo; Caroline Levington (INT/INT); Daniel Hincapié (ORP/ORP); Diego Buchara (LEG/SGO) y Yasmín Esteves (INT/INT).

## ÍNDICE

I.	RESUMEN EJECUTIVO .....	1
II.	ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN .....	2
III.	DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA .....	4
	A. Fin y objetivos del programa .....	4
	B. Componentes .....	4
IV.	PRESUPUESTO .....	6
	A. Descripción, composición y fuentes de financiamiento .....	6
	B. Cuadro de costos.....	6
	C. Sostenibilidad .....	6
V.	ORGANISMO EJECUTOR Y MECANISMO DE EJECUCIÓN .....	6
	A. Organismo ejecutor.....	6
	B. Mecanismo de ejecución .....	7
	C. Estado de preparación del programa para su ejecución.....	7
	D. Período de ejecución y calendario de desembolsos .....	7
	E. Adquisiciones y contrataciones .....	7
VI.	SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN .....	7
	A. Responsabilidad técnica y básica .....	7
	B. Informes de avance e informe final .....	8
	C. Describir las evaluaciones propuestas .....	8
VII.	BENEFICIOS Y RIESGOS DEL PROGRAMA.....	8
	A. Beneficios del programa e impacto en el desarrollo.....	8
	B. Beneficiarios .....	8
	C. Riesgos.....	8
VIII.	ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES Y SOCIALES .....	9
IX.	RECOMENDACIÓN .....	9
X.	CERTIFICACIÓN .....	9
XI.	APROBACIÓN .....	10

## **ANEXOS**

ANEXO I	Matriz de Resultados
ANEXO II	Presupuesto Detallado
ANEXO III	Plan de Adquisiciones

## **DATOS BÁSICOS SOCIOECONÓMICOS**

Los datos básicos socioeconómicos, incluyendo información sobre deuda pública, se encuentran disponibles en la siguiente dirección:

<http://www.iadb.org/RES/index.cfm?fuseaction=externallinks.countrydata>

## INFORMACIÓN DISPONIBLE EN LOS ARCHIVOS DE INT/INT

### EJECUCIÓN:

- 1 Carta de Solicitud Colombia  
<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getDocument.aspx?Docnum=2243025>
- 2 Carta Solicitud Perú  
<http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getDocument.aspx?Docnum=2243026>

## SIGLAS Y ABREVIATURAS

APC	Agencias de Promoción Comercial
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
INT	Sector de Integración y Comercio
B2B	<i>Business to Business</i>
B2C	<i>Business to Consumer</i>
B2G	<i>Business to Government</i>
ITC	Fondo Italiano para Proyectos de Cooperación Técnica
IPI	<i>Istituto per la Promozione Industriale</i>
MSE	<i>Ministero dello Sviluppo Economico</i>
ISDP	Informes de seguimiento de desempeño de programa
PYMES	Pequeñas y medianas empresas
RGX	Red global de exportaciones
RIDITT	<i>Rete Italiana per la Diffusione dell'Innovazione e il Trasferimento Tecnologico alle Imprese</i>

## I. RESUMEN EJECUTIVO

<b>Beneficiarios:</b>	Países Andinos.		
<b>Jefe de Equipo / Miembros del equipo:</b>	Isabel Mejía (INT/INT) / Daniel Hincapié (ORP/ORP); Caroline R. Levington (INT/INT) Diego Buchara (LEG/SGO) y Yasmín Esteves (INT/INT).		
<b>Organismo ejecutor:</b>	Banco Interamericano de Desarrollo, por medio del Sector de Integración y Comercio.		
<b>Beneficiario:</b>	Agencias de promoción comercial de Colombia y Perú (PROEXPORT Colombia y PROMPERU).		
<b>Fuentes de financiamiento:</b>	IDB: Fondo Italiano para Proyectos de Cooperación		
	Técnica (ITC):	US\$	370.000
	Aporte Local:	US\$	30.000
	Total:	US\$	400.000
<b>Objetivos:</b>	El objetivo general del programa es promover las exportaciones de las PYMES a través de plataformas virtuales de comercio electrónico. El propósito es fortalecer la capacidad técnica e institucional de las Agencias de Promoción Comercial (APCs) para apoyar a las PYMES exportadoras en el incremento de sus exportaciones y en la diversificación de sus mercados de exportación, a través del uso de plataformas de comercio electrónico.		
<b>Cronograma de ejecución:</b>	Período de Ejecución:	24	meses
	Período de Desembolso:	30	meses
<b>Condiciones contractuales especiales:</b>	Ninguna.		
<b>Excepciones a las políticas y los procedimientos del Banco:</b>	Ninguna.		
<b>Revisión medioambiental y social:</b>	ESR revisó esta operación el día 3 de noviembre de 2009 y fue clasificada "C". Por su naturaleza, los productos y resultados de esta CT no tendrán impactos ambientales ni sociales negativos y por tanto no se requirió ninguna acción posterior.		
<b>Coordinación con otras instituciones oficiales de financiamiento para el desarrollo:</b>	Ninguna		

## II. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

- 2.1 Las pequeñas y medianas empresas (PYMES) tienen gran incidencia en las economías de los países de la región andina y su relevancia en el segmento empresarial es notable. En Colombia, por ejemplo, las PYMES representan el 96.4% de los establecimientos comerciales, proveen aproximadamente el 63% del empleo y el 40% de los salarios<sup>1</sup>. Por su parte, el número de PYMES en PERÚ alcanza los 3.2 millones y proporcionan el 62% del empleo total del país.
- 2.2 Aunque la presencia directa de las PYMES andinas en las exportaciones de la región está creciendo rápidamente, aún se enfrentan a enormes desafíos en la conquista de los mercados externos. La escasa capacidad de gestión, los volúmenes de producción bajos, las escalas productivas pequeñas, los altos costos del proceso exportador, el poco poder de negociación en la compra y venta de sus mercancías, la falta de canales de distribución adecuados para sus productos y la carencia de información sobre los mercados internacionales, son las principales dificultades que experimentan a la hora de exportar sus productos y servicios.
- 2.3 En los últimos años, el Internet se ha convertido en uno de los canales más importantes para hacer negocios a escala global. Particularmente el *e-commerce*<sup>2</sup>, la venta de productos y servicios a través de Internet, es actualmente una de las herramientas más poderosas que tiene una empresa para incursionar en mercados internacionales y ha generado la transformación de modelos empresariales y de estrategias de venta y distribución.
- 2.4 El crecimiento en este tipo de transacciones ha dado como resultado la creación de plataformas virtuales de comercio electrónico o *e-marketplaces*. Dentro de las múltiples ventajas que existen para las empresas usuarias de los *e-marketplaces* se destacan las siguientes: (i) posibilidad de vender los productos y/servicios directamente avanzando en la cadena de valor; (ii) oportunidades para compradores y vendedores para hacer nuevas alianzas comerciales, bien dentro de la cadena productiva de la industria a la que pertenecen o en otra industria; (iii) disminución de los costos de negociación; (iv) posibilidad de realizar las transacciones comerciales con procedimientos estándares automatizados; (v) precios más transparentes en la medida en que oferentes y demandantes realizan sus transacciones en un mercado abierto; y (vi) posibilidad de acceder a servicios de valor agregado usando sistemas electrónicos, como por ejemplo, sistemas de control de inventarios, procesos de distribución o administración de envío de mercancía.
- 2.5 El crecimiento del comercio electrónico constituye una excelente oportunidad para que las PYMES afronten los desafíos de su actividad exportadora y logren

---

<sup>1</sup> <http://www.businesscol.com/empresarial/pymes/>

<sup>2</sup> El E-commerce se da en tres modalidades: (i) Business to Business (B2B): transacción comerciales virtual entre empresas; (ii) Business to Costumer (B2C): transacción comercial virtual entre una empresa y un consumidor final; (iii) Business to Government (B2G): transacción comercial virtual entre una empresa y un gobierno.

conquistar nuevos mercados extranjeros e incrementar sus exportaciones. Las PYMES usuarias de *e-marketplaces* se benefician de una mayor transparencia en los precios y en la negociación misma de la transacción, simplificación de las tareas de marketing de sus productos, menores costos de transacción, diversificación de sus redes de contactos de negocios, entre otros.

- 2.6 A pesar de sus evidentes beneficios, el *e-commerce* en América Latina está aún en una etapa temprana de madurez. Los empresarios de la región ven con escepticismo la posibilidad de utilizar la Web como vehículo para captar clientes extranjeros. En un estudio realizado por la Red Global de Exportación (RGX) a 721 PYMES de 15 países de la región, “(...) se constató que, a pesar de que 70% de las empresas exportadoras tienen una página, la mayoría cuenta con una presencia básica en Internet. (...) 28% de las empresas consultadas afirman tener una presencia puramente institucional y, el 33% de las que dijeron presentar sus productos en su sitio, no ofrecen la posibilidad de recibir pedidos por la Web”<sup>3</sup>
- 2.7 Las Agencias de Promoción Comercial (APCs) cumplen un papel fundamental en el incremento de las exportaciones y la diversificación de los mercados de exportación. Dentro de su mandato se encuentra acompañar a las empresas nacionales, y en particular a las PYMES, en la conquista de mercados externos. Por esta razón, están llamadas a desempeñar un rol primordial en lo que podría denominarse la “virtualización” de las exportaciones. No obstante, actualmente son pocas las APCs que prestan este tipo de servicios.
- 2.8 Recientes estudios revelan que el comercio electrónico en Italia está creciendo rápidamente.<sup>4</sup> En el año 2007 se realizaron 23 millones de ordenes en línea, lo que significó, comparativamente con los años anteriores, un aumento en un 42.2% de las transacciones de bienes y servicios a través de Internet<sup>5</sup>. La experiencia del *Ministero dello Sviluppo Economico* (MSE) y del *Istituto per la Promozione Industriale* (IPI) en la promoción del uso de *e-marketplaces* por parte de las PYMES italianas servirá de modelo en la implementación de las actividades comprendidas en este programa. Por disposición de la ley 388 de 2000, el MSE apoya a las empresas de menos de 250 empleados<sup>6</sup> en la utilización del *e-commerce* mediante exenciones tributarias en la adquisición de *hardware* y *software*. Asimismo, provee asistencia técnica y capacitaciones para ayudarlas en el proceso de internacionalización.<sup>7</sup> El programa “*Industria 2015*” y el *Rete Italiana per la Diffusione dell’Innovazione e il Trasferimento Tecnologico alle Imprese* (RIDITT) ofrecen a las PYMES formación y financiamiento con el fin de

---

<sup>3</sup> “Subconectados”, Revista América Economía, Enero 30 de 2009. <http://www.aecem.org/>

<sup>4</sup> Università de Bocconi de Milan.

<sup>5</sup> <http://www.casaleggio.it/e-commerce/>

<sup>6</sup> [http://74.125.93.132/translate\\_c?hl=en&sl=it&u=http://www.incentivi.mcc.it/html/html/MCC\\_NAZIONALE/MCC\\_AG\\_NAZ\\_ECOMMERCE/allegati/definizione\\_pmi\\_dml1804052.pdf&prev=/search%3Fq%3Dsviluppoeconomico.gov.it%2Be-commerce%2Blegge%2B388%26hl%3Den%26rlz%3D1C1GGLS\\_enUS331US331&rurl=translate.google.com&usg=ALkJrh9lPXW3RP1gCXO6\\_AEZh4-Nlh6Lg](http://74.125.93.132/translate_c?hl=en&sl=it&u=http://www.incentivi.mcc.it/html/html/MCC_NAZIONALE/MCC_AG_NAZ_ECOMMERCE/allegati/definizione_pmi_dml1804052.pdf&prev=/search%3Fq%3Dsviluppoeconomico.gov.it%2Be-commerce%2Blegge%2B388%26hl%3Den%26rlz%3D1C1GGLS_enUS331US331&rurl=translate.google.com&usg=ALkJrh9lPXW3RP1gCXO6_AEZh4-Nlh6Lg)

<sup>7</sup> [http://translate.google.com/translate?hl=en&sl=it&u=http://www.incentivi.mcc.it/html/html/MCC\\_NAZIONALE/MCC\\_AG\\_NAZ\\_ECOMMERCE/section\\_new.html&ei=YAl6StDqPJintge\\_sdyWCQ&sa=X&oi=translate&resnum=6&ct=result&prev=/search%3Fq%3Dsviluppoeconomico.gov.it%2Be-commerce%2Blegge%2B388%26hl%3Den%26rlz%3D1C1GGLS\\_enUS331US331](http://translate.google.com/translate?hl=en&sl=it&u=http://www.incentivi.mcc.it/html/html/MCC_NAZIONALE/MCC_AG_NAZ_ECOMMERCE/section_new.html&ei=YAl6StDqPJintge_sdyWCQ&sa=X&oi=translate&resnum=6&ct=result&prev=/search%3Fq%3Dsviluppoeconomico.gov.it%2Be-commerce%2Blegge%2B388%26hl%3Den%26rlz%3D1C1GGLS_enUS331US331)



dotar a las PYMES de un método y una base de conocimientos que les permita determinar cómo debería ser y cómo se debería gestionar su comercio virtual orientado a la exportación.<sup>8</sup>

- 2.9 El programa responde adecuadamente a la estrategia institucional del Banco en materia de Competitividad del Banco (GN-2243-1) que establece que parte de la atención al sector PYME “exige instrumentos que fortalezcan sus capacidades estratégicas en la gestión de nuevos negocios, incorporen tecnologías de la información, (...), apoyen el acceso a nuevos mercados, (...) y promuevan el desarrollo de capacidades emprendedoras”. Todas las actividades previstas por el programa apuntan en esta dirección.
- 2.10 A su vez, los objetivos y las actividades del programa responden a los lineamientos de la Estrategia de Integración Regional (GN-2245), que persiguen orientar el apoyo del Banco a la integración y cooperación regional, buscando fomentar el comercio de servicios y de la inversión extranjera.

### **III. DESCRIPCIÓN DEL PROGRAMA**

#### **A. Fin y objetivos del programa**

- 3.1 El objetivo general de este programa es promover las exportaciones de las PYMES a través de plataformas virtuales de comercio electrónico.
- 3.2 El propósito es fortalecer la capacidad técnica e institucional de las Agencias de Promoción Comercial (APCs) para apoyar a las PYMES exportadoras en el incremento de sus exportaciones y en la diversificación de sus mercados de exportación, a través del uso de plataformas de comercio electrónico.

#### **B. Componentes**

##### **1. Componente I. Estudio sobre los desafíos para el crecimiento del *e-commerce***

- 3.3 Este componente incluye la elaboración de estudio para identificar los principales desafíos que deben enfrentar los países beneficiario para el crecimiento del comercio electrónico y las limitantes de las PYMES exportadoras para participar del mismo. Dicho estudio analizará, entre otras, las siguientes variables: capacidad competitiva en e-marketplaces, disponibilidad de infraestructura, cobertura de Internet, nivel de utilización por parte de empresas, consideraciones legales, limitantes “culturales” en el tejido empresarial, desconocimiento de las ventajas del comercio electrónico, entre otros. Este estudio será la base para determinar cuál es el rol que deben cumplir las APCs en la promoción del uso del e-commerce por parte de las PYMES exportadoras y el tipo de soporte que le deben brindar a las PYMES para conseguir su incursión en mercados internacionales.

---

<sup>8</sup> <http://www.riditt.it/page.asp?IDLanguage=en&page=default>

## **2. Componente II. Diseño y puesta en marcha de un portafolio de servicios de promoción del *e-commerce***

3.4 Este componente apoyará a las APCs beneficiarias en la creación de un portafolio de servicios dirigido a promover la participación de PYMES exportadoras en e-marketplaces. Este componente comprende las siguientes actividades:

- (i) La contratación de una consultoría para el diseño del portafolio de servicios que incluya el objetivo específico del servicio, los criterios de selección de los beneficiarios del mismo, su estructura de provisión, los perfiles de cargo de los funcionarios encargados de proveerlo, los indicadores para el monitoreo de los resultados del portafolio y los contenidos específicos del servicios.

Este portafolio podría incluir los siguientes servicios: (i) apoyo en la “virtualización” de productos y procesos de exportación; (ii) autenticación de las PYMES exportadoras usuarias de plataformas virtuales del comercio; (iii) estudios de mercado sobre canales virtuales de marketing y distribución; (iv) estudios de casos exitosos de “virtualización” de exportaciones; y (v) capacitación y sensibilización a las PYMES exportadoras sobre caracterización del comercio electrónico (taxonomía de los sitios Web, funcionalidades, creación de comercios virtuales, etc.), estrategias de creación de catálogos en línea, manejo de inventarios y fijación de precios, medios de envío, sistemas de inventarios y forma de cobro en el exterior, atracción, segmentación y atención de clientes extranjeros, optimización y cuantificación del impacto de las actividades de marketing virtual, medidas para generar confianza entre los potenciales clientes (protección de datos personales), cumplimiento de normas y estándares de calidad para la exportación, entre otros;

- (ii) La capacitación a los funcionarios de las APCs beneficiarias sobre el e-commerce, las ventajas de su utilización por parte de las PYMES exportadoras, el rol que las APCs están llamadas a cumplir y el portafolio de servicios que podrían ofrecer;
- (iii) La contratación de una consultoría para adecuar el portafolio diseñado a la estructura organizacional de cada APC de forma que la misma absorba el nuevo conjunto de servicios a prestar;
- (iv) El diseño de mecanismos de difusión del nuevo portafolio de servicios entre los potenciales beneficiarios. Para la creación del portafolio de servicios antes descrito se tendrá en cuenta la experiencia de las distintas entidades del gobierno de Italia que prestan servicios a las PYMES en esta materia y se buscará un intercambio de mejores prácticas comerciales con algunas de las principales plataformas virtuales de comercio electrónico<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> Alibaba.com; eBay.com, etc.

#### IV. PRESUPUESTO

##### A. Descripción, composición y fuentes de financiamiento

- 4.1 El costo total del programa se estima en aproximadamente US\$400.000 de los cuales US\$370.000 serán financiados con fondos de carácter no reembolsable provenientes Fondo Italiano para Proyectos de Cooperación Técnica (ITC). Los restantes US\$30.000 provendrán de aporte local en especie de parte de las agencias de promoción comercial beneficiarias, pues se estima necesario contar con el mismo para garantizar el éxito del programa. Dicho aporte local estará dado principalmente en apoyo técnico por parte del personal de las APCs en la organización de las capacitaciones y en la adecuación del portafolio de servicios a la estructura organizativa de las agencias. Antes de iniciar la ejecución del Componente II se convendrá con las entidades beneficiarias dicho aporte y se consignará por escrito el compromiso asumido.

##### B. Cuadro de costos resumido

Actividad	IDB- ITC	Aporte local	Total USD
<b>Desafíos para el crecimiento del <i>e-commerce</i></b>	\$45.000	\$0	\$45.000
Portafolio de servicios de promoción de <i>e-commerce</i>	\$287.400	\$30.000	\$317.400
Apoyo a la ejecución	\$30.000	\$0	\$30.000
Contingencias	\$7.600	\$0	\$7.600
<b>Total</b>	<b>\$370.000</b>	<b>\$30.000</b>	<b>\$400.000</b>

##### C. Sostenibilidad

- 4.2 El fortalecimiento de la capacidad técnica e institucional de las APCs en temas de comercio electrónico, permitirá a estas instituciones incrementar el valor añadido de los servicios de promoción que ofrecen, lo cual contribuirá a la generación de mayores oportunidades de negocios para las PYMES de los países beneficiarios. Lo anterior se traducirá en el aumento de sus exportaciones y por tanto la generación de ingresos y en la creación de empleos. Adicionalmente, el incremento en el valor añadido de los servicios de promoción ofrecidos por las APCs y la apertura de oportunidades de negocios para las empresas de la región, serán catalizadores de apoyo gubernamental y empresarial para obtener partidas presupuestarias adicionales, asegurando así la sostenibilidad financiera del programa.

#### V. ORGANISMO EJECUTOR Y MECANISMO DE EJECUCIÓN

##### A. Organismo ejecutor

- 5.1 La ejecución de la cooperación técnica estará a cargo del Sector de Integración y Comercio (INT) del Banco y para ello se contratarán firmas consultoras y/o consultores individuales especializados en materia de promoción al comercio, particularmente comercio electrónico, de acuerdo con las políticas y

procedimientos pertinentes del Banco (ver documento GN-2350-7). Considerando que se trata de un proyecto de naturaleza regional en temas de promoción comercio, el Banco e INT en particular resulta la entidad más idónea para ejercer un liderazgo técnico, efectivo y relevante que aglutine y coordine los esfuerzos e iniciativas de la APCs de los países beneficiarios dado que no existe una agencia regional especializada en la materia.

**B. Mecanismo de ejecución**

- 5.2 El equipo de proyecto de INT será asimismo responsable de la supervisión técnica y fiduciaria, debiendo: (i) ordenar los desembolsos correspondientes; (ii) liderar y coordinar la ejecución de las actividades; y (iii) contratar a los consultores expertos de conformidad con los términos de referencia respectivos.

**C. Estado de preparación del programa para su ejecución**

- 5.3 El programa está listo para su ejecución dado que ya se han realizado las gestiones necesarias con las APCs de cada uno de los países forman parte del mismo, comprobando su interés y compromiso a participar en el programa.

**D. Período de ejecución y calendario de desembolsos**

- 5.4 El período de ejecución será de 24 meses y el de desembolsos de 30 meses y se contarán a partir de la fecha de aprobación de la operación.

**E. Adquisiciones y contrataciones**

- 5.5 Las adquisiciones de bienes, y la selección y contratación de consultores se llevarán a cabo de conformidad con las políticas del Banco contenidas en el Documento GN-2350-7. La contratación de las consultorías se realizará conforme al método de “Selección Basada en las Calificaciones de los Consultores (SCC)”. En la selección del método de adquisiciones se consideró el monto de las contrataciones previstas como parte de este programa; el método elegido atiende a la necesidad de mantener la transparencia, competencia y eficiencia como principios rectores del proceso de selección y adjudicación de las consultorías.
- 5.6 De conformidad con las políticas establecidas por el Fondo Fiduciario Italiano para Firms Consultoras e Instituciones Especializadas, y haciendo cumplimiento de las mismas, se provee que al menos el 50% de los fondos del programa serán destinadas al pago de costos de viaje y contrataciones de servicios de consultoría realizados y ejecutados por firmas consultoras italianas que residan o presten sus servicios en Italia.

## **VI. SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN**

**A. Responsabilidad técnica y básica**

- 6.1 La responsabilidad técnica y de supervisión del programa corresponderá al Banco Interamericano de Desarrollo, por medio de INT.

**B. Informes de avance e informe final**

- 6.2 Al final de la ejecución de las actividades previstas en cada componente, las firmas consultoras y/o consultores individuales encargados de la realización de las actividades, deberán realizar un informe final y una presentación de los resultados obtenidos ante el equipo de proyecto de INT.

**C. Describir las evaluaciones propuestas**

- 6.3 Para el seguimiento y la evaluación del desarrollo de las actividades del programa se utilizará la Matriz de Resultados (anexo I) y el sistema de ISDP (Informes de Seguimiento del Desempeño de Programa) para Cooperaciones Técnicas No Reembolsables.

**VII. BENEFICIOS Y RIESGOS DEL PROGRAMA**

**A. Beneficios del programa e impacto en el desarrollo**

- 7.1 El programa contribuirá al aprovechamiento de las oportunidades de comercio a raíz del surgimiento del *e-commerce* como nuevo canal de comercialización para las PYMES exportadoras, generando nuevos y relevantes oportunidades de negocio que permitan incrementar las exportaciones de la región, lo cual contribuye a su vez a la generación de mayores ingresos y a la creación de fuentes de empleo.

**B. Beneficiarios**

- 7.2 Los beneficiarios de este programa serán las APCs de los países beneficiarios con el fortalecimiento de su capacidad institucional, lo cual les permitirá acompañar a las PYMES exportadoras en la conquista de mercados internacionales a través de plataformas virtuales de comercio. Como beneficiarios indirectos, las PYMES exportadoras de Colombia y Perú se beneficiarán de los servicios ofrecidos por las APCs en materia de comercio electrónico pues tendrán la posibilidad de ampliar su red de exportaciones e incursionar en nuevos mercado internacionales a través de plataformas de comercio electrónico.

**C. Riesgos**

- 7.3 El impacto regional del programa depende de la voluntad política y la capacidad productiva de los países de la región para aprovechar las nuevas oportunidades comerciales. Manteniendo los productos de la CT en el nivel pura y exclusivamente técnico contribuye a minimizar el riesgo de cuestionamientos políticos; por otra parte, el fortalecimiento de la capacidad de las APCs para el diseño de programas y servicios de apoyo al sector privado, redundará en el mejoramiento de la capacidad productiva de los países de la región.

### **VIII. ASPECTOS MEDIOAMBIENTALES Y SOCIALES**

- 8.1 Esta cooperación técnica fue clasificada con la categoría “C”, el programa no requerirá de acciones ambientales o sociales complementarias. El programa consiste en trabajos de consultoría y talleres de divulgación, no se prevé que el mismo tenga impactos sociales o ambientales negativos.

### **IX. RECOMENDACIÓN**

- 9.1 Isabel Mejía, (INT/INT), Jefe de equipo del proyecto, recomienda la aprobación de esta cooperación técnica y el uso de recursos del Fondo Italiano para Proyectos de Cooperación Técnica (ITC) por un total de US\$ 370.000 para financiar las actividades descritas en este documento.

### **X. CERTIFICACIÓN**

- 10.1 Por la presente certifico que esta cooperación técnica fue aprobada para financiamiento por el Fondo Italiano para Proyectos de Cooperación Técnica (ITC) mediante comunicación de fecha 1 de Octubre de 2009, suscrita por Cons. Amb. Filippo Scammacca, Jefe de la Dirección General de Cooperación para el Desarrollo del Ministerio de Relaciones Exteriores de Italia. Igualmente, certifico que existen recursos disponibles en el Fondo Italiano para Proyectos de Cooperación Técnica (ITC), hasta la suma de US\$370.000 para financiar las actividades descritas y presupuestadas en este documento. La reserva de recursos representada por esta certificación es válida por un periodo de diez (10) meses calendario contados a partir de la fecha de firma de esta certificación. Si el proyecto no fuese aprobado por el BID dentro de ese plazo, los fondos reservados se considerarán liberados de compromiso, requiriéndose la firma de una nueva certificación para que se renueve la reserva anterior. El compromiso y desembolso de los recursos correspondientes a esta certificación sólo debe ser efectuado por el Banco en dólares. Esta misma moneda será utilizada para estipular la remuneración y pagos a consultores, a excepción de los pagos a consultores locales que trabajen en su propio país, quienes recibirán su remuneración y pagos contratados en la moneda de ese país. No se podrá destinar ningún recurso del Fondo para cubrir sumas superiores al monto certificado para la implementación de este Plan de Operaciones. Montos superiores al certificado pueden originarse de compromisos estipulados en contratos que sean denominados en una moneda diferente a la moneda del Fondo, lo cual puede resultar en diferencias cambiarias de conversión de monedas sobre las cuales el Fondo no asume riesgo alguno.

*(Original firmado)*

*(2/Dic/09)*

---

Marguerite S. Berger  
Jefe

---

Fecha

Unidad de Gestión de Donaciones y Cofinanciamiento  
VPC/GCM

**XI. APROBACIÓN**

- 11.1 De conformidad con la autoridad delegada por el Directorio Ejecutivo en el Presidente del Banco y por éste en los Gerentes de Sector de la Vicepresidencia de Sectores y Conocimiento (Resolución DE-044/08 y Memorando del 6 de mayo de 2008 - Delegación de Autoridad), el Gerente del Sector de Integración y Comercio, autoriza el uso hasta de US\$370.000 de los recursos del Fondo Italiano para Proyectos de Cooperación Técnica (ITC) para financiar esta cooperación técnica con carácter no reembolsable.

*(Original firmado)*

*(2/Dic/09)*

\_\_\_\_\_  
Antoni Estevadeordal, Gerente INT/INT

\_\_\_\_\_  
Fecha

*(Original firmado)*

*(2/Dic/09)*

\_\_\_\_\_  
Alicia Ritchie, Gerente General CAN/CAN

\_\_\_\_\_  
Fecha

# MARCO LÓGICO

## FIN Y PROPOSITO

El proyecto tiene como fin promover las exportaciones de las PYMES a través de plataformas virtuales de comercio electrónico.

El propósito es fortalecer la capacidad técnica e institucional de las Agencias de Promoción Comercial (APCs) para apoyar a las PYMES exportadoras en el incremento de sus exportaciones y en la diversificación de sus mercados de exportación, a través del uso de plataformas de comercio electrónico.

**Línea de base 2009:** Las APCs beneficiarias no conocen los beneficios del comercio electrónico y su estructura organizacional no contempla la prestación de servicios a las PYMES relacionadas con el comercio electrónico.

**Meta del indicador:** Las APCs de los países beneficiarios cuentan con conocimientos amplios sobre el e-commerce y están fortalecidas institucionalmente de tal forma que cuentan con la capacidad para brindar apoyo a las PYMES exportadoras en la incursión en mercados internacionales a través de plataformas de comercio electrónico.

Informes de avance e informe final del programa

Compromiso y participación activa de los países y las mismas instituciones locales involucradas en el proyecto.



## MARCO LÓGICO

Componentes			
<p><b>Componente I – Estudio sobre los desafíos para el crecimiento del e-commerce:</b></p>	<p><u>Línea de Base 2009:</u> Carencia de estudios y evaluaciones sobre los desafíos y limitaciones que enfrentan las PYMES exportadoras para participar en el comercio electrónico.</p> <p><u>Meta al final del proyecto:</u> Diagnóstico claro y preciso realizado sobre los desafíos del crecimiento del comercio electrónico en los países beneficiarios</p> <p><u>Línea de Base 2009:</u> Poco entendimiento del rol que deben cumplir las APCs en la promoción del uso del e-commerce y el tipo de soporte que le deben brindar a las PYMES para promover su incursión en mercados internacionales.</p> <p><u>Meta al final del proyecto:</u> determinación de la función que pueden cumplir las APCs en el proceso de "virtualización" de las exportaciones de los países beneficiarios.</p>	<p>Estudio realizado y disponible para el comienzo de la ejecución del componente 2.</p> <p>Estudio realizado y disponible para el comienzo de la ejecución del componente 2.</p>	
	<p><b>Componente II – Diseño y puesta en marcha de un portafolio de servicios de promoción del e-commerce</b></p> <p><u>Línea de Base 2009:</u> APCs carecen de un portafolio de servicios de promoción de comercio electrónico.</p> <p><u>Meta al final del proyecto:</u> portafolio de servicios sobre e-commerce diseñado y en funcionamiento de acuerdo con la estructura organizacional de cada APC.</p> <p><u>Línea de Base:</u> No hay funcionarios de las APCs beneficiarias capacitados para brindar asesoría a PYMES en temas de comercio electrónico.</p> <p><u>Meta al final del proyecto:</u> el 100% de los funcionarios encargados de apoyar a las PYMES en su proceso exportador han sido capacitados.</p>	<p>Portafolio diseñado y en ejecución</p> <p>Funcionarios capacitados</p>	

PRESUPUESTO DETALLADO DEL PROGRAMA

	Unidad	Cantidad	Costo Unitario (USD)	Duración	Aporte Fondo	Aporte Local	Total
<b>TOTALES</b>							
<b>Componente I: Desafíos para el crecimiento del e-comm</b>			\$500 x día		\$ 45.000	\$ -	\$ 45.000
Consultoría para identificar los desafíos principales que deben enfrentar los países beneficiarios para el crecimiento del comercio electrónico.	Honorarios	3	\$500 x día	30 días	\$ 45.000	\$ -	\$ 45.000
<b>Componente II: Portafolio de servicios de promoción de e-commerce</b>					\$ 287.400	\$ 30.000	\$ 317.400
Consultoría para el diseño del portafolio de servicios para PYMES	Honorarios	4	\$500 x día	65 días	\$ 130.000	\$ -	\$ 130.000
Capacitación a las APCs beneficiarias sobre <i>e-marketplaces</i> : ventajas, desafíos, funcionalidades, tipología, requisitos de acceso, marketing virtual, inteligencia de negocios para el comercio electrónico, etc.	Honorarios	4	\$ 20.000	20 días	\$ 60.000	\$ 20.000	\$ 80.000
Consultoría para adecuar el portafolio de servicios a la estructura organizacional de cada APC	Honorarios	2	\$500 x día	60 días	\$ 50.000	\$ 10.000	\$ 60.000
Reunión de intercambio de experiencias de las agencias italianas encargadas de la promoción del e-commerce con las APCs beneficiarias	Tiquete	3	\$ 1.200		\$ 3.600	\$ -	\$ 3.600
	Viáticos	6	\$ 400	2 días	\$ 2.400	\$ -	\$ 2.400
Participación APCs en la reunión de intercambio con las agencias italianas de apoyo a las PYMES en su proceso de internacionalización a través del e-commerce.	Tiquete	4	\$ 800		\$ 3.200		
	Tiquete	8	\$ 400	2 días	\$ 3.200	\$ -	
Consultoría para el diseño de mecanismos de difusión del portafolio (página web, boletines, capacitaciones online, etc.)	Honorarios	1	\$500 x día	70 días	\$ 35.000	\$ -	\$ 35.000
<b>Apoyo a la ejecución</b>					\$ 30.000	\$ -	\$ 30.000
<b>Contingencias</b>					\$ 7.600	\$ -	\$ 7.600

## PLAN DE ADQUISICIONES

No. Ref.	Descripción y tipo de Adquisición	Costo Estimado del Contrato (US\$ 000)	Método de adquisición 1	Revisión (ex-ante o ex-post)	Fuente de financiamiento y porcentaje		Fechas Estimadas		Estatus (Pendiente, en proceso, cancelada)	Comentario
					IDB %	Local / Otro %	Fecha tentativa de publicación	Fecha de contrato		
Adquisición de servicios de consultoría										
	<b>1. Servicios de Consultoría</b>									
	○ Firma Consultora que identificará los desafíos para el crecimiento del comercio electrónico.	\$45.000	SCC	Ex-ante	100%	-	N/A	Marzo, 2010	Pendiente	
	○ Firma consultora para el diseño del portafolio de servicios para PYMES	\$130.000	SCC	Ex-ante	100%	-	N/A	Julio, 2010	Pendiente	
	○ Firma consultora para capacitar a las APCs sobre e-marketplaces.	\$60.000	SCC	Ex-ante	100%	-	N/A	Octubre, 2010	Pendiente	
	○ Firma Consultora para adecuar el portafolio de servicios a la estructura organizacional de cada APC	\$50.000	SCC	Ex-ante	100 %	-	N/A	Diciembre, 2010	Pendiente	
	○ Firma consultora para el diseño de mecanismos de difusión del portafolio	\$ 35.000	SCC	Ex-ante	100%	-	N/A	Enero, 2010	Pendiente	
	○ Consultor individual de apoyo a la ejecución	\$20.000	SD	Ex-ante	100%	-	N/A	Febrero 2010	Pendiente	Concepto técnico favorable a la SD

1 **Consulting Firms:** Contratación Basada en Desempeño; **CPGB:** Contrataciones con Prestamos Garantizados por el Banco; **PSC:** Participación de la Comunidad en las Contrataciones; **SBCC:** Selección Basada en la Calidad y el Costo; **SBC:** Selección Basada en la Calidad; **SBPF:** Selección Basada en Presupuesto Fijo; **SBMC:** Selección Basada en el Menor Costo; **SCC:** Selección Basada en las Calificaciones de los Consultores; **SD:** Selección Directa.

No. Ref.	Descripción y tipo de Adquisición	Costo Estimado del Contrato (US\$ 000)	Método de adquisición 1	Revisión (ex-ante o ex-post)	Fuente de financiamiento y porcentaje		Fechas Estimadas		Estatus (Pendiente, en proceso, cancelada)	Comentario
					IDB %	Local / Otro %	Fecha tentativa de publicaci ón	Fecha de contrato		
Adquisición de obras, bienes (& otros servicios)										
	2. Gastos de Organización ○ Gastos logísticos y viajes	\$12.400	Shopping	Ex-ante	100%	-	N/A	N/A	Pendiente	
	3. Gastos de Ejecución ○ Apoyo logístico para la ejecución.	\$10.000	Shopping	Ex-ante	100%	-	N/A	N/A	Pendiente	