

Documento de Cooperación Técnica

I. Información Básica de la CT

▪ País/Región:	REGIONAL
▪ Nombre de la CT:	Consideraciones claves de la agenda de comercio e integración del futuro: digitalización y cambio climático
▪ Número de CT:	RG-T4108
▪ Jefe de Equipo/Miembros:	Mejía Rivas, Isabel (INT/INT) Líder del Equipo; Acevedo Calle, Daniela (LEG/SGO); Contreras Huerta, Rodrigo Andres (INT/RIU); Esteves, Yasmin (INT/INT); Gonzalez Saldarriaga, Sebastian (INT/RIU); Jimenez Orjuela, July Emperatriz (INT/INT); Juan Mahlkecht (INT/TIN); Lucas Barreiros (INT/TIN); Maria Loreto Lynch (INT/TIN); Moreno Gonzalez, Samuel Gustavo (INT/TIN); Oscar Dario Vasco Henao (INT/TIN); Rospide, Maria De La Paz (INT/TIN)
▪ Taxonomía:	Investigación y Difusión
▪ Operación a la que la CT apoyará:	. N/A
▪ Fecha de Autorización del Abstracto de CT:	8 Sep 2022.
▪ Beneficiario:	26 países prestatarios de ALC (Ministerios de Comercio, Ministerios de Industria, Ministerios de Relaciones Exteriores y otros organismos públicos con competencias en materia de comercio digital).
▪ Agencia Ejecutora y nombre de contacto:	Inter-American Development Bank
▪ Donantes que proveerán financiamiento:	OC SDP Ventanilla 2 - Integración(W2D)
▪ Financiamiento solicitado del BID:	US\$700,000.00
▪ Contrapartida Local, si hay:	US\$0
▪ Periodo de Desembolso (incluye periodo de ejecución):	36 meses
▪ Fecha de inicio requerido:	1 de diciembre de 2022
▪ Tipos de consultores:	Empresas; individuos
▪ Unidad de Preparación:	INT-Sector de Integración y Comercio
▪ Unidad Responsable de Desembolso:	INT-Sector de Integración y Comercio
▪ CT incluida en la Estrategia de País (s/n):	No
▪ CT incluida en CPD (s/n):	No
▪ Alineación a la Actualización de la Estrategia Institucional 2010-2020:	Productividad e innovación; Integración económica; Sostenibilidad ambiental; Igualdad de género

II. Objetivos y Justificación de la CT

- 2.1 Internet y la digitalización han cambiado la forma en la que las personas, las empresas y los gobiernos interactúan. En particular, en la esfera comercial, la implementación de nuevas tecnologías permite simplificar y reducir los costos de las operaciones comerciales, tanto domésticas como internacionales, y, en consecuencia incrementar y diversificar las exportaciones de bienes, facilitar la coordinación entre los distintos eslabones de las cadenas globales de valor, impulsar la expansión del comercio de servicios, tanto local como transfronterizo, incluyendo el establecimiento de plataformas de comercio digital, logística, pagos y publicidad digital y conectar un gran número de empresas y consumidores a nivel global. Acompañada de las políticas adecuadas la economía digital también puede crear más oportunidades para las MIPYMEs: fomentar el talento y la innovación en sus productos y servicios, permitir que accedan a herramientas de inteligencia de mercado, habilita nuevos medios de financiamiento y aumentar su participación en los mercados locales y globales, tanto

para exportar como para adquirir suministros, así como incrementar su competitividad.

- 2.2 El comercio digital ha demostrado que posee la capacidad de transformar en más equitativas las oportunidades que poseen los habitantes de los países latinoamericanos por cinco razones: (i) multiplica y potencia las posibilidades de empleo y la generación de ingresos; (ii) contribuye con un acceso más inclusivo a servicios públicos de mayor calidad; (iii) permite una mayor voz y participación ciudadana; y (iv) mejora la inclusión financiera de poblaciones vulnerables.
- 2.3 Aún así, si bien la economía digital y la digitalización del comercio brindan facilidades a las empresas y ciudadanos de la región, también presentan desafíos relacionados con la adopción de tecnologías digitales y la reducción de las brechas digitales, la complejidad de los nuevos modelos de negocios y las transacciones comerciales digitales, así como otros desafíos propios del comercio internacional. Por lo tanto, para que las empresas de la región puedan verse beneficiadas del impacto de la economía y el comercio digital, es necesario que los gobiernos de la región desarrollen políticas públicas y regulaciones que busquen promover esa transformación y que sean parte de un enfoque regional coordinado sobre el comercio digital y su entorno habilitador.
- 2.4 En América Latina y el Caribe (en adelante, “ALC”) la superación de los persistentes obstáculos constituye un importante desafío para la sostenibilidad del crecimiento del comercio digital y la región tiene un gran potencial subexplotado en comercio digital. Una reciente publicación elaborada en el marco de una colaboración entre el Programa Regional ADELA de la Konrad Adenauer Stiftung (KAS), CEPAL y el BID — que se basa en datos e información disponibles en su mayor parte hasta el tercer trimestre de 2020, incluidos aquellos procedentes de las estadísticas oficiales, las encuestas a empresas y consumidores sobre el comercio electrónico, los informes de organizaciones multilaterales y del sector privado, y las entrevistas con funcionarios gubernamentales y representantes del sector — da cuenta que los retos que enfrenta ALC ya estaban implícitos en las evaluaciones de la preparación electrónica de la región antes de 2020. De hecho, según el índice de comercio electrónico B2C de la UNCTAD, en 2019 la puntuación media de los países de ALC fue un 45% inferior a la media de la OCDE, y un 13% inferior a la media de los países del Sudeste Asiático, lo que refleja un retraso en términos de preparación para participar en el comercio electrónico y beneficiarse de él (BID, CEPAL, KAS, 2021; UNCTAD, 2019).
- 2.5 En la última década, la introducción de internet en la región de ALC aumentó considerablemente, lo que ha apoyado el crecimiento sostenido del comercio digital en los años anteriores a la pandemia. A pesar de este enorme crecimiento, los últimos datos disponibles muestran que la penetración del comercio digital siguió siendo significativamente menor que el promedio de la OCDE antes de la pandemia: el porcentaje medio de usuarios de internet que compraron en línea en ALC alcanzó el 15,5% en 2017-2018, menos de una cuarta parte de la penetración media en la OCDE. Además, hubo diferencias significativas entre países. En Brasil y Chile, alrededor del 35% de los usuarios de internet compraron en línea, mientras que, en Bolivia, El Salvador, Guatemala, Haití, Honduras, Nicaragua y Perú, lo hizo menos del 10%. Aunque algunas de estas diferencias reflejan las diferencias en el PIB per cápita, algunos países como Argentina, República Dominicana, México, Panamá y Trinidad y Tobago tienen porcentajes más bajos de lo que cabría esperar dado su PIB per cápita (BID, CEPAL, KAS, 2021).

- 2.6 Si bien durante 2020 varios países de la región tomaron medidas para fortalecer la continuidad y la resiliencia de las empresas a través del comercio digital, la amplitud y la profundidad de las estrategias nacionales varían sustancialmente de un país a otro; y son pocos los países de ALC que han logrado desarrollar mercados sólidos de comercio digital, con altos volúmenes de transacciones, entre ellos Brasil, México, Colombia, Argentina, Chile y Perú, cuyos mercados tuvieron un valor total de aproximadamente 270 mil millones de dólares estadounidenses en 2021 (AMI, 2022).
- 2.7 Asimismo, el comercio digital transfronterizo de los países de la región aún es limitado y, particularmente en el segmento minorista (B2C), la participación de ALC en el comercio digital mundial sigue siendo marginal. En 2021, el comercio digital transfronterizo en ALC representó sólo el 13 % del total de ventas (AMI, 2022). En lo que respecta a su posicionamiento global, el Informe Global 2020 de eMarketer estima que, Asia-Pacífico representó el 62% de las ventas mundiales de comercio digital en valor, seguida de Norteamérica (19%) y Europa Occidental (13%), mientras que Europa Central y del Este, ALC, Oriente Medio y África representaron el 6% restante (BID, CEPAL, KAS, 2021), lo que refleja la importante brecha digital entre estas regiones con respecto a los países desarrollados.
- 2.8 No obstante, en general, son escasas las estadísticas completas, sistemáticas y coherentes sobre el comercio electrónico en la región, especialmente el transfronterizo. Incluso los indicadores que describen un entorno propicio para el comercio electrónico (por ejemplo, la conectividad digital y física, la inclusión financiera), que están disponibles para la mayoría de los países, se basan en datos de encuestas con metodologías y cobertura diferentes, y no son necesariamente comparables (BID, CEPAL, KAS, 2021).
- 2.9 Consecuentemente, las empresas de ALC y particularmente las MIPYMEs, que conforman la mayor parte del entramado productivo de la región, tienen mucho margen para aumentar su participación en el comercio e incrementar sus exportaciones e, incluso, el desarrollo del comercio digital puede dar lugar al surgimiento de nuevas MIPYMEs y startups regionales. Asimismo, la transformación digital de las MIPYMEs lideradas por mujeres es crucial para aumentar su inserción en el comercio internacional y sus cadenas de valor, que sigue siendo limitada en comparación con sus homólogos masculinos (BID, 2022). Asimismo, persisten las deficiencias en las competencias digitales y la adopción de tecnologías digitales entre las empresas, especialmente las MIPYMEs y las dirigidas por mujeres (BID, 2021).
- 2.10 Por otro lado, las nuevas tendencias internacionales en materia de desarrollo sostenible y cambio climático permean la agenda global de comercio internacional, y presentan una oportunidad para que las empresas de la región, en particular las MIPYMEs, se adapten a las nuevas demandas de los consumidores y los principales mercados globales en esta materia. Los objetivos de descarbonización y reducción de la huella de carbono que emanan de los compromisos internacionales asumidos por los gobiernos de los países de ALC — como el Acuerdo de París — requieren de una respuesta coordinada a nivel regional que incluya políticas comerciales que acompañen la adaptación de las MIPYMEs y contribuya a su continua participación en las cadenas regionales y globales de valor.
- 2.11 **Objetivo.** El objetivo general de la CT es apoyar el desarrollo y fortalecimiento de una agenda innovadora de comercio enfocada en economía digital y cambio climático en los países de ALC, en particular, el crecimiento del comercio digital y sostenible entre estos países y sus principales mercados de exportación -actuales o potenciales. En

la medida que sea posible, se abordarán cuestiones específicas o temas de género y/o diversidad, con el fin de contribuir a cerrar las brechas de conocimiento existentes con relación a estas dimensiones en temas de comercio digital y cambio climático.

- 2.12 **Beneficiarios.** Este proyecto tiene como beneficiarios directos a los Ministerios de Comercio, Ministerios de Producción o Industria, Ministerios de Relaciones Exteriores y otros organismos públicos de los países prestatarios del BID con competencias en temas de comercio digital y como beneficiarios indirectos a las empresas, en particular pequeñas y medianas, de esos países operan en la economía digital, a los emprendedores y a los consumidores.

- I.1 **Alineamiento estratégico.** Este proyecto se encuentra alineado con los desafíos para el desarrollo indicados en la Actualización de la Estrategia Institucional del Grupo BID ([AB-3190-2](#)), en particular en lo relativo a los bajos niveles de productividad e innovación (2B.ii) e integración económica rezagada (2B .iii), así como los temas transversales que los afectan, en particular el cambio climático y la sostenibilidad ambiental, así como la igualdad de género y diversidad. Asimismo, se encuentra alineado con la Visión 2025 ([GN-3025-3](#)), al promover la integración regional, economía digital y apoyo a pequeñas y medianas empresas, así como fomentar la mitigación del cambio climático y la adaptación a sus efectos; con la Ventanilla W2D del Programa Estratégico para el Desarrollo Financiado con Capital Ordinario (GN-2819-14); con el Documento Marco Sectorial de Integración y Comercio ([GN-2715-11](#)), en particular en lo relativo reducir los costos de transporte, logísticos y de procedimientos administrativos a través de un mejoramiento de la infraestructura de transporte y sus servicios conexos y una extensión y profundización de la facilitación comercial (II.A), reducir los costos de información a través de un mejoramiento de la institucionalidad y los programas de promoción comercial (II.B), reducir los costos tradicionales de comercio y los costos regulatorios asociados a través de la negociación, gestión, armonización y convergencia de los acuerdos de integración económica y el desarrollo de una política de competencia moderna (II.C), y reducir los costos de financiamiento a través de políticas de facilitación de acceso al crédito para las exportaciones e inversiones (II.D.). Asimismo, en línea con las lecciones aprendidas identificadas por el Sector en ese documento (IV.A), se propone contemplar debidamente las dimensiones de género y/o diversidad, y de cambio climático con el fin de contribuir a cerrar las brechas de conocimiento respecto de la relación de ambas temáticas con el comercio y la inversión, y de esta manera promover mayor inclusión, sostenibilidad y efectividad en las intervenciones del Banco.

III. Descripción de las actividades/componentes y presupuesto

- 3.1 La CT está conformada por seis (6) componentes:
- 3.2 **Componente I: Apoyo a los aspectos vinculados a la operatoria comercial y la facilitación del comercio.** El objetivo de este componente es apoyar tanto aspectos vinculados a la operatoria comercial digital como la facilitación del comercio digital que llevan adelante los países de ALC en los siguientes ejes temáticos: (1) infraestructura de transporte, (2) la logística, (3) trámites y procedimientos que las empresas y particulares deben seguir para llevar a cabo una operación de comercio exterior, (4) promoción del comercio y la inversión. Las actividades que se desarrollen buscarán identificar e implementar buenas prácticas y mejoras en la infraestructura necesaria para las operaciones de comercio transfronterizo y los trámites y

procedimientos aduaneros en los países participantes con miras a desarrollar y facilitar el comercio digital.

- 3.3 Para lograr este objetivo se llevarán a cabo contrataciones de estudios que: (i) efectúen un relevamiento de mejores prácticas en la implementación a nivel internacional de políticas públicas en las temáticas prioritarias mencionadas; (ii) presenten un diagnóstico de la situación actual en un grupo de países seleccionados de ALC; y (iii) propongan recomendaciones sobre acciones que podrían llevar adelante los gobiernos o el sector privado de estos países con apoyo del BID. Los estudios se llevarán a cabo de modo de asegurar un proceso de consulta con los gobiernos de los países de la región y previendo oportunidades para que ofrezcan observaciones o comentarios a los hallazgos.
- 3.4 **Componente II: Apoyo a la adecuación del marco regulatorio doméstico e internacional.** El objetivo de este componente es apoyar la adecuación del marco regulatorio doméstico e internacional en los países de ALC con el fin de crear un entorno propicio para el comercio digital. Estas adecuaciones buscan atender principalmente la necesidad de reducir los costos regulatorios asociados con la digitalización del comercio internacional y de propiciar la armonización regulatoria de los países de la región para maximizar sus beneficios.
- 3.5 Para lograr este objetivo se realizarán contrataciones de estudios que efectúen un diagnóstico de la situación actual y emitan recomendaciones sobre acciones que podrían llevar adelante los gobiernos y el sector privado de los países de ALC con apoyo del BID en las siguientes áreas: (1) identificación de estándares internacionales relacionados con el comercio digital y puntos de convergencia entre los países de la región (por ejemplo, en materia de flujo de datos, protección del consumidor en línea, firma electrónica, ciberseguridad, etc.); (2) identificación de barreras y brechas regulatorias, y adecuación a los estándares internacionales de los marcos regulatorios nacionales para el fomento del comercio digital; y (3) desarrollo armonioso del ecosistema digital regional a través de la cooperación regulatoria, incluyendo la generación de espacios de diálogo, sandboxes regulatorios y bienes públicos regionales, así como de la armonización y/o convergencia regulatoria, incluyendo mediante la negociación de un acuerdo regional en materia de comercio digital. Los estudios contemplarán también la dimensión de género y/o diversidad con el fin de contar con indicadores que aborden las brechas existentes y propongan lineamientos específicos. Los estudios se llevarán a cabo de modo de asegurar un proceso de consulta con los gobiernos de los países de la región y previendo oportunidades para que ofrezcan observaciones o comentarios a los hallazgos.
- 3.6 **Componente III: Apoyo a la transformación digital en el sector privado.** El objetivo de este componente es apoyar la transformación digital en el sector privado como puerta de acceso al mercado digital. Para ello, se promoverán acciones vinculadas a: (1) apoyar a los gobiernos de ALC en el diseño e implementación de políticas que permitan que las empresas de sus países aprovechen las oportunidades y enfrenten los desafíos que trae consigo el comercio digital; (2) promover la digitalización de MIPyMEs y sus cadenas de valor.
- 3.7 Para lograr este objetivo se realizarán contrataciones de estudios que efectúen un diagnóstico de la situación actual y emitan recomendaciones sobre acciones que podrían llevar adelante los gobiernos en las siguientes áreas: (1) transformación digital mediante la adopción de tecnologías por parte de MIPYMEs y el fomento del talento digital y el liderazgo empresarial digital, incluyendo la identificación de medidas

concretas para las MIPYMEs creadas y/o lideradas por mujeres y grupos diversos; (2) atracción de nuevos operadores y adaptación de los mecanismos de financiación a las características de la creciente digitalización del comercio internacional, incluyendo la facilitación del acceso al crédito por parte de las empresas - en particular las MIPYMEs lideradas por mujeres - tanto para la exportación como para la inversión en recursos para la transformación digital o en investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) digital. Los estudios se llevarán a cabo de modo de asegurar un proceso de consulta con los gobiernos de los países de la región y previendo oportunidades para que ofrezcan observaciones o comentarios a los hallazgos.

- 3.8 **Componente IV: Estrategia de desarrollo del comercio digital en un grupo países seleccionados de ALC.** El objetivo de este componente es recopilar, condensar y conceptualizar los hallazgos recabados a lo largo de los componentes previos, con el fin de elaborar planes de acción para apoyar el diseño y la implementación de políticas públicas y programas basados en esos hallazgos que podrían llevarse adelante con apoyo del BID en un grupo de países de ALC en los que estén dadas las condiciones adecuadas para avanzar en el corto y mediano plazo. Los respectivos planes de acción irán acompañados, a modo introductorio de una presentación sintética y didáctica del compendio de mejores prácticas recabadas para cada uno de los componentes anteriores, que permita visualizar fácilmente cuales son los “benchmarks” internacionales, así como del mapeo de las principales brechas identificadas en cada uno de los países seleccionados. Asimismo, deberán incluirse actividades de diseminación y construcción de consensos en la elaboración e implementación de los planes de acción. Para lograr este objetivo se contratarán consultores individuales o firmas que lleven adelante el diseño y la diseminación de los planes de acción para los países seleccionados.
- 3.9 Los países elegibles para estas actividades serán seleccionados a través de una combinación de criterios vinculados con la madurez de la estrategia de comercio digital nacional, la disponibilidad de datos y los hallazgos recabados a lo largo de los cuatro componentes previos, y el interés del país, según se comunique a través del representante del país. En particular, además del interés de los países en recibir este apoyo y de la priorización que cada uno haga de su agenda la agenda de comercio digital, se buscará trabajar con aquellos que hayan alcanzado un grado de madurez tal que permita que las intervenciones sean efectivas, entendiendo que los que todavía se encuentran en una etapa inicial de este proceso requerirán otro tipo de apoyos y que el valor agregado de las actividades previstas en este componente sería menor para quienes ya tiene un mayor nivel de desarrollo relativo del comercio digital. En síntesis, se enfocará el trabajo en los países en los que las actividades previstas en este componente generen el mayor valor agregado posible a la consolidación de sus estrategias de comercio digital. Se estima trabajar con un país en cada una de las regiones, realizando un mínimo de cuatro estrategias.
- 3.10 Las actividades de este componente permitirán asimismo identificar oportunidades para el diseño de nuevas operaciones, alimentadas a su vez por las mejores prácticas y hallazgos alcanzados sobre la materia a través de las actividades previstas en los Componentes I a III.
- 3.11 **Componente V. Apoyo al fortalecimiento de las capacidades exportadoras de las empresas de la región frente al cambio climático.** Este componente tiene por objetivo evaluar el impacto de los cambios regulatorios ambientales en los principales mercados globales sobre las exportaciones regionales, así como de las nuevas demandas de los consumidores de la región respecto al consumo de bienes y

servicios con una menor huella de carbono, propiciando la adopción de medidas que acompañen la adaptación de las empresas de la región, en particular de las MIPYMEs, para que tengan nuevas oportunidades de inserción en las cadenas regionales y globales de valor.

- 3.12 Con este fin, se llevarán a cabo contrataciones para la elaboración de un estudio que contemple los siguientes aspectos: (1) identificación y análisis de las nuevas medidas regulatorias en materia comercial relacionadas con la mitigación del cambio climático y la descarbonización en los principales mercados de exportación de ALC que puedan impactar en la oferta exportable de las empresas de la región (por ejemplo, medidas relacionadas con los aranceles de carbono), así como de las tendencias en términos de la demanda de los consumidores de la región sobre el consumo de bienes y servicios con una menor huella de carbono; (2) estimación de los impactos y costos comerciales de esas medidas y tendencias para las empresas de la región, considerando, en la medida que sea posible, los impactos específicos en términos de brechas de género y/o diversidad; (3) mapeo y análisis de las políticas ambientales de la región, identificando la brecha regulatoria entre las nuevas medidas regulatorias adoptadas o en proceso de adopción en los principales mercados globales y los procesos productivos de la región; (4) identificación de medidas a implementar en las agencias de promoción comercial de la región para acompañar a las MIPYMEs en el proceso de adaptación a las nuevas exigencias regulatorias en materia de reducción de la huella de carbono y contribuir a su resiliencia. Asimismo, se propiciará la realización de un taller en el que participen expertos, reguladores y representantes del sector privado, para diseminar los resultados del estudio y generar un diálogo en el que se comience a delinear la agenda de la región en materia de comercio y cambio climático. La elaboración de un plan de acción en materia de comercio y cambio climático que tenga como eje central la adaptación y aprovechamiento de nuevas oportunidades por parte de las MIPYMEs de la región será el resultado final de este componente.
- 3.13 **Ejecución y coordinación.** Debido a que el Banco dispone de la experiencia y capacidad técnica que se requiere para asegurar la alta calidad de los productos técnicos, se incluirá un monto para cubrir los gastos de ejecución y coordinación del proyecto.
- 3.14 **Presupuesto.** El presupuesto total de la CT es de US\$700,000.00, el cual provendrá del Programa de Desarrollo Estratégico del Capital Ordinario (OC SDP), Ventanilla 2-integración (W2D). Para esta operación no se contemplan recursos de contrapartida local.

Presupuesto Indicativo

Actividad / Componente	Descripción	BID/ Financiamiento por Fondo	Contrapartida Local	Financiamiento Total
Componente I	Apoyo a los aspectos vinculados a la operatoria comercial y la facilitación del comercio	US\$70,000.00	US\$0.00	US\$70,000.00
Componente II	Apoyo a la adecuación del marco regulatorio doméstico e internacional	US\$120,000.00	US\$0.00	US\$120,000.00
Componente III	Apoyo a la transformación digital en el sector privado	US\$120,000.00	US\$0.00	US\$120,000.00
Componente IV	Apoyo a la implementación de una estrategia de desarrollo del comercio	US\$240,000.00	US\$0.00	US\$240,000.00

	digital en países seleccionados de ALC			
Componente V	Apoyo al fortalecimiento de las capacidades exportadoras de las empresas de la región frente al cambio climático.	US\$100,000.00	US\$0.00	US\$100,000.00
Componente VI	Ejecución y coordinación	US\$50,000.00	US\$0.00	US\$50,000.00
Total		US\$700,000.00	US\$0.00	US\$700,000.00

IV. Agencia Ejecutora y estructura de ejecución

- 4.1 Agencia Ejecutora. El Banco ejecutará la CT a través del Sector de Integración y Comercio (INT). La Unidad responsable de los desembolsos (UDR) será el Sector de Integración y Comercio (HQ) y se prevé un periodo de ejecución de 36 meses.
- 4.2 Esta CT será ejecutada por el Banco por las siguientes razones: (i) Esta es una operación regional de investigación y diseminación que por su propia taxonomía y de acuerdo con las políticas vigentes de CT puede ser ejecutada por el Banco; (ii) adicionalmente, el proyecto implica un análisis de mejores prácticas internacionales así como la coordinación con varios sectores públicos y privados interesados y el Banco, al tener presencia en todos los países de la región, es la entidad mejor capacitada para ejecutar este proyecto.
- 4.3 **Coordinación.** El Banco ejecutará el proyecto en estrecha coordinación con los representantes de los países de ALC con competencia en los temas objeto de esta CT. El Banco tendrá a su cargo la ejecución de esta CT y la contratación de las firmas de consultoría, consultores individuales y otros servicios diferentes de consultoría que llevarán adelante las actividades previstas, lo cual se realizará de acuerdo a las políticas y procedimientos de adquisiciones aplicables y vigentes del Banco.
- 4.4 **Cartas de No Objeción.** En caso de que la ejecución del proyecto requiera realizar actividades en el territorio de los países beneficiarios, se procederá a solicitar y obtener las respectivas cartas de no objeción de parte de los órganos de enlace correspondiente.
- 4.5 **Adquisiciones.** Todas las actividades a ser ejecutadas bajo esta CT han sido incluidas en el Plan de Adquisiciones (ver Anexo) y se llevarán a cabo de acuerdo con los métodos de adquisiciones establecidos por el Banco: (a) Contratación de consultores individuales, según lo establecido en las normas AM-650; (b) Contratación de firmas consultoras para servicios de carácter intelectual según GN-2765-4 y sus guías operativas asociadas (OP-1155-4); y (c) Contratación de servicios logísticos y otros servicios conexos distintos a los de consultoría, según la política GN-2303-28.
- 4.6 **Propiedad Intelectual.** Todos los productos de conocimiento derivados de esta CT serán propiedad intelectual del BID.

V. Riesgos importantes

- 5.1 Al tratarse de un proyecto que involucra principalmente la realización de investigaciones y estudios, el principal riesgo está vinculado con el acceso a la información y a los datos necesarios para llevar a cabo algunos de los estudios de. Asimismo, para algunas actividades específicas, se requiere la articulación de múltiples agencias y actores, por lo que existen riesgos intrínsecos vinculados a que no sea posible alcanzar la coordinación necesaria para el éxito del proyecto, así como el retraso en la ejecución de actividades que involucren a agencias locales. Sin

embargo, estos riesgos serán mitigados porque se buscará trabajar en particular con países que asuman un compromiso al nivel más alto del Poder Ejecutivo y se les solicitará que se identifique un punto focal con competencias adecuadas para asegurar esa coordinación. Asimismo, se seguirá de cerca a los consultores contratados y se trabajará en coordinación con las Oficinas de País para garantizar que las firmas consultoras y las personas contratadas tengan acceso a la información de las partes interesadas relevantes.

- 5.2 Debido a la cantidad de consultorías previstas en el Plan de Adquisiciones, un segundo riesgo está asociado con la coordinación entre los diversos consultores que se contratarán, en particular respecto a los trabajos relativos a un mismo componente, por lo que INT mantendrá una agenda de coordinación con tales consultores con el fin de asegurar la coherencia y correlación entre los productos que desarrollen.

VI. Excepciones a las políticas del Banco

- 6.1 El proyecto no contempla excepciones a las políticas del Banco.

VII. Salvaguardias Ambientales

- 7.1 Esta Cooperación Técnica no está destinada a financiar estudios de prefactibilidad o factibilidad de proyectos de inversión específicos ni estudios ambientales y sociales asociados a estos; por lo tanto, esta CT no cuenta con requisitos aplicables del Marco de Política Ambiental y Social (MPAS) del Banco.

Anexos Requeridos:

[Matriz de Resultados - RG-T4108](#)

[Términos de Referencia - RG-T4108](#)

[Plan de Adquisiciones - RG-T4108](#)