

Bases del Llamado a Aspirantes Interesados para

## **CONSULTORÍA PARA LA SELECCIÓN Y VALIDACIÓN DE LA OFERTA EXPORTABLE**

Programa Apoyo a la Gestión del Comercio Exterior  
Préstamo BID 1971/OC-UR

En régimen de contrato de obra

### **I. ANTECEDENTES**

La República Oriental del Uruguay y el Banco Interamericano de Desarrollo (en adelante “Banco”) han firmado con fecha 8 de abril de 2008 un Contrato de Préstamo para cooperar en la ejecución de un programa de apoyo a la gestión del comercio exterior – 1971[S]/OC-UR “Programa de Apoyo a la Gestión del Comercio Exterior”.

El objetivo general del Programa de referencia es contribuir a mejorar el proceso de inserción económica internacional del país a través del fortalecimiento de la capacidad institucional del sector público y privado en materia de negociación, implementación y administración de las políticas comerciales y de inserción económica internacional, así como de promoción de exportaciones y atracción de inversiones. En su componente de Promoción de Exportaciones y Atracción de Inversiones, el Programa prevé la asesoría técnica para el proceso de selección y validación final de productos y servicios estratégicos de la oferta exportable uruguaya, sobre los cuales se llevará a cabo un plan de promoción.

### **II. OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA**

#### **1. OBJETIVO GENERAL**

Contribuir al incremento y diversificación de las exportaciones de Uruguay con el objetivo de alcanzar un desarrollo económico y social sostenible. Facilitar las negociaciones comerciales internacionales en el marco de los acuerdos multilaterales y bilaterales firmados por el país, para el acceso de los productos.

#### **2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- a. Identificación de los mercados objetivo;
- b. Estudios de demanda potencial en los mercados objetivo;
- c. Identificación de sectores estratégicos;
- d. Selección de un mínimo de 20 productos (bienes y servicios) estratégicos;
- e. Determinación de los requerimientos principales para fortalecer las empresas exportadoras de los productos seleccionados

#### **3. JUSTIFICACIÓN**

La falta de conocimiento de los mercados potenciales y de las posibilidades de exportación, han afectado la elaboración de políticas de fomento de inversiones y

exportaciones más adecuadas a las necesidades de los sectores que poseen dicho potencial y limitado las oportunidades de explotación y desarrollo.

Es una realidad que la oferta exportable uruguaya es bastante reducida y que los principales rubros de exportación están concentrados en los productos tradicionales, cuyos precios muestran fuertes oscilaciones en los mercados internacionales, lo que determina la necesidad de realizar esfuerzos sostenidos para diversificar la oferta con productos de mayor valor agregado nacional.

### **III. INSTITUCIÓN EJECUTORA**

El presente proyecto será ejecutado por CIACEX con el apoyo de Uruguay XXI.

### **IV. RESULTADOS ESPERADOS**

Al finalizar la ejecución de este proyecto, se espera haber alcanzado los siguientes resultados, para beneficio de los sectores exportadores en particular y de la economía en general.

- a. Identificación de mercados objetivo: Se tendrá una evaluación de cuáles resultan los mercados objetivo más importantes para el país.
- b. Estudios de demanda potencial en los mercados objetivo: sobre la base de estudios desarrollados por las instituciones integrantes de la CIACEX y por las Organizaciones Empresariales representativas de los distintos sectores de actividad, se identificará la demanda potencial en los mercados objetivo, principalmente aquellos mercados con los cuales el país tiene acuerdos multilaterales o bilaterales de comercio y/o inversión, así como aquellos con los cuales existe la potencialidad de firmar acuerdos en el corto y mediano plazo.

Los estudios de la demanda identificarán las tendencias en cada mercado potencial de manera a determinar en que sectores Uruguay tiene ventajas comparativas para posicionarse en dichos mercados, a efectos de lograr el incremento y una mayor diversificación de las ventas al exterior.

- c. Selección de sectores estratégicos: En virtud del análisis anterior se tendrá una propuesta de sectores en los que el país cuenta con ventajas comparativas y competitivas para posicionarse en los mercados objetivo seleccionados.
- d. Selección de productos estratégicos: Con la finalidad de orientar e informar a las empresas exportadoras, o con potencial de convertirse en exportadoras, sobre nuevos productos concretos con potencial de exportación, se deberán identificar al menos 20 productos pertenecientes a los sectores seleccionados, que tengan potencial exportador y demanda en los mercados objetivo. Esta selección implica el posterior diseño de una estrategia de promoción, a partir de criterios objetivos de demanda internacional sostenida y tendencias de consumo en los mercados meta (MERCOSUR ampliado, México, otros países de América Latina, Estados Unidos., Canadá, Asia, UE).

Se identificará un conjunto de “productos estrella” para cada uno de los sectores estratégicos seleccionados, hasta alcanzar al menos 20 productos estrella que permitirán expandir el rango de productos de exportación. La identificación debe prestar atención a que se trate de productos no tradicionales. El objetivo final de este proceso es seleccionar productos con gran potencial de desarrollo comercial en mercados objetivo internacionales – principalmente en los mercados con quién

se ha negociado o se espera negociar acuerdos comerciales-, a través de un proceso altamente participativo. Es indispensable la participación de expertos en comercio internacional que aporten informaciones estratégicas para la selección con conocimiento de causa, además de los representantes de los sectores privado y público. Esta selección será uno de los insumos esenciales para la elaboración de las Fichas Producto-Mercado.

Los criterios de selección de la oferta exportable incluirán:

- i. Existencia de demanda internacional sostenida en mercados estratégicos.
  - ii. Nuevas oportunidades generadas a partir de los acuerdos comerciales suscritos por el país y/o nuevos mercados.
  - iii. Productos y/o servicios que ganan participación en el comercio mundial a tasas por encima de la media y que tienen una tendencia de crecimiento a mediano plazo, que forman parte de la oferta exportable uruguaya y que tienen escasa participación.
  - iv. Productos y/o servicios pertenecientes a sectores prioritarios.
  - v. Grado de desarrollo de la oferta y estrategias de algunos países competidores.
- e. Determinar los requerimientos principales para fortalecer las empresas exportadoras y la recomendación de políticas y medidas concretas de fomento a las exportaciones ajustadas a las necesidades de los sectores productivos, que sirvan de estímulo a la formulación de proyectos a la exportación y lograr un mejor aprovechamiento de las oportunidades y recursos propios del sector.

## **V. MÉTODO DE EJECUCIÓN**

El trabajo deberá realizarse tomando en cuenta los resultados alcanzados en el marco de la Estrategia Nacional de Exportaciones. Para mayor efectividad en los resultados de este proyecto, además de los trabajos con las bases de datos que operan las diferentes instituciones gubernamentales, se realizarán investigaciones de campo para constatar in situ la situación actual y potencial de las empresas, cooperativas, productores, etc., ubicadas en todo el territorio nacional, previamente seleccionadas de una muestra representativa, tomada mediante técnicas estadísticas de muestreo aleatorio simple.

Selección de los productos y servicios uruguayos que pueden constituir la oferta exportable nacional, a través del análisis de las posibilidades de adaptación de la oferta nacional a la demanda internacional por área geográfica, determinando las características del producto y del mercado.

Para la realización de estos estudios se deberá determinar y acotar el producto comercial a exportar y los mercados de destino o meta. En caso de bienes, para cada uno se deberá identificar la naturaleza del producto, las características esenciales que lo definen, para qué se utiliza, a qué estrato de consumo está dirigido, el nivel tecnológico de sus procesos de elaboración y las distintas etapas de que se compone el proceso de producción.

Por, ejemplo, en caso de algún producto de plástico, debe diferenciarse si el bien producido está destinado al mercado de consumo final o se comercializa como insumo para incorporar a otro proceso industrial, o si cumple con ambos propósitos, si es un proceso estandarizado o requiere un mayor grado de innovación tecnológica y de

diseño para su producción, qué tipo de consumidores finales o de empresas lo demandan, etc.

En caso de un servicio turístico, se deberán concretar los parámetros que caracterizan el producto a ofertar, teniendo en cuenta su sostenibilidad, el grado de especificidad del mismo (ecológico, deportivo, cultural, ocio, aventura, etc.), quienes son los destinatarios del servicio (procedencia, nivel cultural, capacidad de consumo, etc.) y otras características que contribuyan a individualizarlo con precisión.

Una vez definido el producto o servicio a ofertar y analizada la demanda del mismo en los mercados internacionales, para que el estudio sea completo y poder determinar si el producto propuesto puede formar parte de la oferta exportable de Uruguay, es imprescindible realizar un estudio de la competencia (*benchmarking*), estimando las ventajas competitivas que presentan los productos nacionales frente a los ofertados por otros países para el mismo mercado de destino o mercado meta.

## **VI. DURACIÓN DE LA CONSULTORÍA**

Este proyecto se estima puede realizarse en ciento veinte días, considerando las siguientes actividades:

- (i) Identificación de mercados objetivo y estudio de demanda potencial, 30 días desde el inicio de la consultoría
- (ii) Selección de sectores estratégicos, 45 días desde el inicio de la consultoría
- (iii) Identificación de sectores elección de productos estratégicos, 90 días desde el inicio de la consultoría
- (iv) Requerimientos para fortalecer a las empresas exportadoras, 120 días desde el inicio de la consultoría

## **VII. CALIFICACIONES**

El Consultor será experto en economía internacional y deberá acreditar una muy amplia experiencia en comercio internacional de bienes y servicios, con al menos 10 años de trayectoria. Será altamente valorada su experiencia en la preparación de trabajos similares, así como el grado de formación académica y su participación en el diseño de planes de inserción internacional.

El Consultor debe tener un fluido manejo del español y del inglés, tanto oral como escrito.

## **VIII. MONTO DEL CONTRATO Y MODALIDADES DE PAGO**

El valor total del contrato, incluidos todos los impuestos, asciende a USD 68.000 (sesenta y ocho mil dólares americanos) los que se pagarán a la entrega en conformidad, de los siguientes productos:

- 10% a la firma del contrato
- 20% a la entrega del estudio de demanda potencial de los mercados objetivo (45 días)

- 30% a la entrega del informe con la selección sectores y productos estratégicos (90 días)
- 40% a la entrega del informe final con la identificación de los requerimientos para fortalecer a las empresas exportadoras (120 días).

Se podrá aplicar una multa, equivalente al 1% del valor del contrato hasta un máximo de 10%, por cada día de atraso en la entrega de los informes previstos o por incumplimiento de las obligaciones establecidas en el contrato.

## **IX. LUGAR DE TRABAJO**

En la medida de lo necesario el consultor deberá realizar algunas tareas en Montevideo, Uruguay.

## **X. ELEGIBILIDAD Y CONFLICTO DE INTERESES**

El Consultor que se seleccione, deberá cumplir con los siguientes requisitos:

- 1) Ser de nacionalidad de un país miembro del BID;
- 2) Si es funcionario público:
  - i. Estar con licencia sin goce de sueldo;
  - ii. No haber trabajado con el contratante durante el período inmediato anterior al comienzo de su licencia; y
  - iii. Su contratación no genere un conflicto de intereses.
- 3) No tener relación de trabajo o de familia con miembro alguno del personal del contratante (o de la Unidad Ejecutora) que estén directa o indirectamente involucrados con cualquier parte de:
  - i. La preparación de estos TdR;
  - ii. El proceso de selección; y/o
  - iii. Con la supervisión de los trabajos.
- 4) No tener otro contrato a tiempo completo en proyecto alguno financiado con recursos del BID/FOMIN.
- 5) En caso de ser pariente (hasta tercer grado de consanguinidad o adopción y/o hasta el segundo grado por matrimonio, o convivencia) de algún funcionario del Banco, el consultor lo pondrá en conocimiento del Contratante y éste deberá consultar al Banco previa la formalización de la contratación.

## X. CRITERIOS DE EVALUACIÓN

<i>Factores y metodología de asignación de puntajes</i>		<i>Puntaje máximo</i>
<b>1</b>	<b>FORMACION</b>	<b>35</b>
1.1	<b>Títulos de Grado y Postgrado</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Título de Grado en Economía: <i>10 puntos</i></li> <li>• Título de Posgrado: <i>13 puntos</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Candidatura a PhD o Master en Economía, especializado en Negocios Internacionales o en Comercio Internacional: <i>8 puntos</i></li> <li>○ Candidatura a PhD o Master en Economía, con otras especializaciones: <i>6 puntos</i></li> <li>○ PhD en Economía, especializado en Negocios Internacionales o en Comercio Internacional: <i>13 puntos</i></li> <li>○ PhD en Economía, con otras especializaciones: <i>10 puntos</i></li> </ul> </li> </ul>	<i>23</i>
1.2	<b>Otros Estudios Específicos</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cursos de especialización en el área de Comercio Internacional de más de 40 horas de duración otorgará 2 puntos. Máximo permitido: <i>6 puntos</i></li> <li>• Otros cursos de especialización en temas relacionados al Comercio y a los Negocios Internacionales, de duración inferior a 40 horas, otorgará 2 puntos. Máximo permitido: <i>4 puntos</i></li> <li>• Otros cursos que resulten pertinentes a los efectos de la consultoría otorgará medio punto. Máximo permitido: <i>2 puntos</i></li> </ul>	<i>12</i>
<b>2</b>	<b>EXPERIENCIA LABORAL GLOBAL</b>	<b>20</b>
2.1	<b>Experiencia en la administración Pública o privada</b> Cada año de experiencia en la administración pública o privada otorgará 1 punto, con un máximo de 6 puntos.	<i>6</i>
2.2	<b>Experiencia con Organismos Internacionales relacionados al comercio internacional</b> Cada año de experiencia trabajando en proyectos relacionados al comercio o a los negocios internacionales, financiados por algún Organismo Internacional otorgará 2 puntos, con un máximo de 10	<i>10</i>
2.3	<b>Experiencia en el diseño de estrategias de inserción económica internacional o en comercialización internacional</b> Cada año de experiencia en el diseño de estrategias de inserción económica internacional o en comercialización internacional trabajando para Estados o Empresas Multinacionales, otorgará medio punto, con un máximo de 4	<i>4</i>
<b>3</b>	<b>EXPERIENCIA LABORAL ESPECÍFICA</b>	<b>45</b>
2.1	<b>Experiencia en la elaboración de estudios multisectoriales y de demanda potencial en mercados relevantes:</b>	<i>17</i>
2.2	<b>Experiencia en comercialización internacional de productos</b>	<i>16</i>
2.3	<b>Experiencia en la Investigación y en la Enseñanza relacionada al comercio internacional o a los negocios internacionales</b>	<i>12</i>
	<b>TOTAL</b>	<b>100</b>

## FORMA Y PLAZO DE PRESENTACIÓN

Los interesados deberán enviar su CV, en el formato que se detalla más adelante, a la casilla de correo [programacomercio@mef.gub.uy](mailto:programacomercio@mef.gub.uy) hasta el 11 de mayo de 2009 inclusive, indicando como asunto del correo: "llamado CVOE-413". Se deben incluir en el CV exclusivamente aquellos antecedentes de los que existan las referencias necesarias para su evaluación y se posea documentación acreditante, la que no será requerida en primera instancia (de no contarse con los datos necesarios para la evaluación, la actividad respectiva no merecerá puntaje alguno).

La documentación acreditante podrá ser solicitada en etapa posterior y el incumplimiento al respecto será motivo de descalificación en el proceso.

El CV deberá enviarse en archivo word o pdf con el nombre del postulante, y deberá presentarse el CV en el siguiente orden:

- 1) Referencia del Llamado.
- 2) Datos de identificación personal (Cédula de Identidad; Nombres y apellidos; Fecha de nacimiento; Dirección; Teléfonos de contacto; Correo electrónico).
- 3) Títulos de grado, de postgrado y otros títulos obtenidos, detallando la Institución, año en que se obtuvo y duración de la formación.
- 4) Detalle de cursos realizados que hayan sido aprobados y que estén relacionados con las áreas de interés del llamado (Institución, año en que se realizó y carga horaria).
- 5) Experiencia laboral-profesional en relación de dependencia o en forma independiente (indicando Institución, cargo/posición ocupado y período de desempeño).
- 6) Experiencia laboral específica (diagnósticos multisectoriales, análisis de demanda, estrategia de inserción internacional para empresas, comercialización internacional de productos y servicios, etc.).
- 7) Proyectos de investigación y publicaciones.
- 8) Docencia en temas de comercio internacional o negocios internacionales (curso, institución y responsabilidad en el curso)