INT/TIN

Atracción de Inversión en Venezuela

Términos de Referencia

1. **Antecedentes**

Los países de la región latinoamericana han experimentado un cambio importante en su desempeño económico. En un contexto internacional signado por la vigencia de favorables términos del intercambio y de ventajosas condiciones de acceso al financiamiento externo, las tasas de crecimiento del producto per cápita tendieron a acelerarse al tiempo que los registros inflacionarios se redujeron en forma significativa respecto de las etapas previas. Y esto se ha dado en un contexto donde se han materializado importantes flujos de Inversión Extranjera Directa hacia la región.

Existen numerosos estudios que han analizado la importancia de factores tanto económicos como políticos para explicar la atracción de IED hacia países específicos. Entre los políticos, la evidencia indica que la estabilidad gubernamental y la calidad institucional son factores determinantes de la captación de IED. Entre los factores económicos considerados más relevantes, tradicionalmente se ha resaltado la preponderancia del mercado interno, además de la disponibilidad de factores de producción. Más recientemente, se ha dado creciente importancia a las denominadas “economías de aglomeración”; en este sentido, además de cobrar relevancia factores como la infraestructura de comunicaciones y las redes de negocios, reciben especial valor las capacidades y competencias tecnológico-innovativas del ambiente local.

En las últimas décadas se ha observado a nivel global un importante aumento en los niveles de competencia por la atracción de IED y una rápida construcción de instituciones asociadas a dicha competencia. Paralelamente, los flujos globales de inversión han tenido un acelerado incremento en los últimos años, a la vez que han sufrido transformaciones de gran alcance en sus modalidades y objetivos. De este modo, nos encontramos ante un entorno en constante evolución, en el cual nuevas políticas ganan éxito mientras otras pierden relevancia.

Por otro lado, existe un fuerte interés por parte del Ministerio de Comercio de Venezuela por fortalecer la gestión de la política de promoción de exportaciones y atracción de inversiones con miras a: (i) estimular las exportaciones no tradicionales para lograr una diversificación de bienes y servicios a nivel de productos y mercados y (ii) estimular el desarrollo productivo interno y la transferencia de tecnología y conocimiento que acompañan los flujos de la inversión extranjera directa (IED). El Banco, a través de una cooperación técnica no reembolsable se encuentra apoyando a Venezuela en la identificación de las barreras y cuellos de botella para la atracción de inversión extranjera.

1. **Objetivo de la consultoría**

El objetivo de la consultoría es realizar una revisión y análisis en detalle del clima de negocios (marco regulatorio e incentivos) y de la estructura organizacional de las funciones de atracción y retención de inversiones y, atendiendo a las mejores prácticas internacionales, proponer un plan de acción en el corto, mediano y largo plazo para mejorar la labor de atracción de flujos de inversión, nacional y extranjera, desde el punto de vista de instrumentos, estructura organizacional y marco regulatorio.

1. **Actividades principales**

El consultor llevará adelante las actividades necesarias para alcanzar los objetivos antes descriptos que, al menos, incluirán las siguientes actividades:

1. Análisis del estado de situación actual de la eficacia del clima de negocios y los mecanismos e instrumentos de promoción de inversiones, así como la capacidad técnica, organizacional y financiera de las instituciones públicas encargadas de las labores de promoción de inversiones. En particular el consultor deberá:
	* Analizar el marco regulatorio existente de promoción de inversiones y compararlo con mejores prácticas internacionales.
	* Identificar los distintos mecanismos de promoción de inversiones utilizados en Venezuela y clasificarlos según su taxonomía (incentivos fiscales, normas y regulaciones, asistencia al inversor, incentivos financieros, otras medidas de apoyo). Para cada uno de los instrumentos descriptos y agrupados según la taxonomía anterior se deberá como mínimo a) describir el instrumento; b) analizar el nivel de utilización del mismo; c) realizar consideraciones sobre su diseño (en lo posible comparando contra las buenas practicas a nivel internacional); y d) realizar propuestas de mejora
	* Con base en lo anterior, elaborar un mapa organizacional-flujograma donde se visualicen las instituciones relacionadas con la promoción de las inversiones, resaltando los cuellos de botella, competencias cruzadas e ineficiencias.
2. Con base en el resultado del producto de la actividad antes mencionada usando una metodología contrastada, teniendo presentes mejores prácticas internaciones y la realidad política, jurídica y socio-económico venezolana, proponer un modelo para mejorar la labor de atracción de inversiones, nacional y extranjera que contemple al menos los siguientes aspectos:
	* Misión, visión y competencias
	* Estructura organizacional y dependencia jurídica
	* Recursos humanos y equipo
	* Presupuesto
	* Financiación
	* Sectores a desarrollar
	* Interacción con otras instituciones públicas o privadas
	* Instrumentos o incentivos recomendados diferenciados por sectores estratégicos y origen de la inversión (nacional o extranjera)
	* Portafolio de servicios al inversor y capacidades técnicas necesarias para prestar dichos servicios
	* Sistemas y herramientas tecnológicas necesarias para la puesta en marcha del sistema de promoción de inversiones.
3. Proponer un plan de acción y hoja de ruta en el corto, mediano y largo plazo para implementar el modelo antes propuesto de atracción y retención de inversiones.
4. **Productos esperados**
	1. Plan de trabajo, cronograma de actividades y metodología a utilizar para desarrollar la consultoría.
	2. Análisis de la situación actual de la promoción de inversiones en los términos descriptos en la actividad a).
	3. Recomendación del modelo de atracción de inversiones en los términos descriptos en la actividad b).
	4. Plan de acción y hoja de ruta para la implementación de un sistema de promoción de inversiones.
5. **Características de la consultoría**

Categoría y Modalidad de la Consultoría: Contractual de Productos

Duración del Contrato: Los servicios de consultoría se desarrollarán en un periodo de xx meses, contados a partir del día siguiente de suscripto el contrato.

Lugar de trabajo: El lugar de trabajo del consultor será en su ciudad de residencia.

Viajes: El consultor deberá llevar a cabo al menos xx viajes para el desarrollo de la consultoría, los cuales se incluyen en el monto de esta consultoría.

1. **Perfil del consultor**
* Profesional titulado en la carrera de Economía, Administración de empresas, Ingeniería Industrial, Comercio Exterior, Derecho o carreras afines.
* Con conocimiento y experiencia de al menos de 10 años en herramientas y programas de promoción de inversiones y que haya trabajado en consultorías con similar objetivo
* Capacidad de liderazgo y trabajo en equipo.
* Idiomas: español, inglés.
1. **Coordinación y Supervisión**

La consultoría estará coordinada y supervisada Isabel Mejía de la Unidad de Comercio e Inversión del Sector de Integración y Comercio (INT/TU).

**INT/TIN**

**Consultoría en materia de promoción comercial**

**Términos de Referencia**

1. **Antecedentes**

El 6 de enero de 2016 se creó, mediante el Decreto Presidencial No. 2181, el Ministerio para el Comercio Exterior y las Inversiones Internacionales en Venezuela (en adelante “Ministerio de Comercio”), el cual tiene como misión impulsar una política de promoción de exportaciones y atracción de inversión extranjera (IE) para estimular la capacidad exportadora del país, fortalecer a las PYMEs como fuente de exportaciones, promover políticas de competitividad de la industria nacional a través de la simplificación de trámites y el establecimiento de una ventanilla única de comercio exterior y contribuir al desarrollo económico y comercial de las áreas fronterizas del país.

La creación de este nuevo Ministerio de Comercio en Venezuela tiene consonancia con la tendencia en los últimos años de los países de América Latina y el Caribe de promover políticas más efectivas que les permita diversificar sus exportaciones a nivel de productos y mercados y avanzar hacia una agenda de facilitación comercial para reducir los costos al comercio. Durante el último año el Ministerio de Comercio ha emprendido una serie de iniciativas para avanzar hacia esa dirección tales como la creación de una plataforma comunicacional que permita mantener informado a los exportadores de los trámites requeridos, así como otras informaciones de interés en materia de exportación, y un proyecto piloto para la homologación de requisitos de exportación.

La Unidad de Comercio e Inversión (TIU) del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) brinda asistencia técnica y financiara a los países de América Latina y el Caribe en (i) el diseño e implementación de estrategias de promoción de exportaciones e inversiones (ii) la suscripción, implementación y aprovechamiento de acuerdos comerciales, (iii) y el diseño e implementación de medidas de facilitación comercial.

1. **Objetivo**

El objetivo principal de esta consultoría es analizar la eficacia de los instrumentos de promoción comercial existentes en Venezuela, desde un punto de vista estructural y organizacional, y desarrollar, de acuerdo con mejores prácticas internacionales, una estrategia integral de promoción comercial que incluya un sistema de agencias comerciales en el exterior.

1. **Actividades**
2. Realizar un análisis del estado de situación actual de la eficacia de los mecanismos de promoción comercial y la capacidad técnica de las instituciones públicas encargadas de las labores de promoción comercial. Este análisis deberá servir de línea de base para el desarrollo de un programa de promoción de exportaciones.
3. Con base a mejores prácticas internaciones y la realidad política, jurídica y socio-económico venezolana, recomendar un plan de acción para la implementación de un sistema de promoción comercial que incluya al menos los siguientes aspectos:
* Proponer una o varias alternativas de estructura organizacional que incluya las entidades públicas y privadas que deben participar en las actividades de promoción comercial y los mecanismos necesarios para una adecuada coordinación interinstitucional. Esta definición organizacional deberá analizar la relación costo-beneficio de crear o fortalecer una entidad encargada de las actividades de promoción comercial a nivel central y la creación de oficinas comerciales en el exterior. Para el desarrollo de esta actividad se deberá analizar casos exitosos regionales de la estructura propuesta.
* De acuerdo con las ventajas competitivas de los productos venezolanos de exportación y su potencial demanda, identificar los principales mercados donde las acciones de promoción tendrían mayor impacto.
* Definición del portafolio de servicios de promoción comercial que deben prestar tanto la(s) entidades localizadas en el territorio nacional como las oficinas comerciales en el exterior.
* Dimensionamiento de los requerimientos generales básicos en materia de sistemas y herramientas tecnológicas necesarias para la puesta en marcha del sistema de promoción comercial.
* Recomendar herramientas de inteligencia comercial que serían útiles para el país.
* Proponer una hoja de ruta en el corto y mediano plazo para la implementación del sistema de promoción comercial.
1. **Productos esperados**
2. Análisis del estado de situación actual de la eficacia de los mecanismos de promoción comercial y la capacidad técnica de las instituciones públicas encargadas de las labores de promoción comercial.
3. Plan de acción para la implementación de un sistema de promoción comercial teniendo en cuenta mejores prácticas regionales e internacionales.
4. **Características de la consultoría**
* Categoría y Modalidad de la Consultoría: Contractual de Productos
* Duración del Contrato: Los servicios de consultoría se desarrollarán en un periodo de xx meses, contados a partir del día siguiente de suscrito el contrato.
* Lugar de trabajo: El lugar de trabajo del consultor será en su ciudad de residencia
* Viajes: El consultor deberá llevar a cabo al menos xx viajes para el desarrollo de la consultoría, los cuales se incluyen en el monto de esta consultoría.
1. **Perfil del consultor**
* Profesional titulado en la carrera de Economía, Administración de empresas, Ingeniería Industrial, Comercio Exterior, Derecho o carreras afines.
* Con conocimiento y experiencia de al menos de 10 años en herramientas y programas de promoción comercial y que haya trabajado en consultorías con similar objetivo
* Capacidad de liderazgo y trabajo en equipo.
* Idiomas: español, inglés.
1. **Coordinación y Supervisión**

La consultoría estará coordinada y supervisada por Isabel Mejía de la Unidad de Comercio e Inversión del Sector de Integración y Comercio (INT/TU).