**TERMINOS DE REFERENCIA**

**Antecedentes**

* En el 2014 América Latina (AL) superó por primera vez la barrera del 50% de conectividad a Internet, con más de 265 millones de personas conectadas. Esta cifra nos coloca por encima de otras regiones en vías de desarrollo del mundo, como Asia del Este y Pacífico, cuya tasa es 43%, y Medio Oriente y Norte de África, cuya tasa es 39%.
* Los latinoamericanos somos, también, la región que más utiliza redes sociales en el mundo. De hecho, el 95% de los usuarios de Internet en AL usan redes sociales, mientras que en EE. UU el porcentaje es de 75%. Además, los usuarios de Internet de AL pasan, en promedio, 10 horas por mes en redes sociales, lo cual coloca a 5 países de nuestra región‑Argentina, Brasil, Chile, México y Perú –entre los 10 países que más usan redes sociales en el mundo entero.
* Además de usar Internet para navegar y conectarnos a través de redes sociales, los latinoamericanos hemos incrementado significativamente el uso de Internet para comprar y vender bienes y servicios, por medio del comercio electrónico. En efecto, en 2013 las ventas a través de Internet alcanzaron US$70 mil millones, lo que representa un crecimiento de casi 45 veces el volumen que comerciamos en 2003 (US$1.600 millones). Y se espera que para 2017, las ventas aumenten en 300% hasta US$220 millones anuales.
* Sin embargo, hasta el momento el masivo uso de Internet, redes sociales y comercio electrónico no se ha reflejado en la capacidad de las PyME de AL para conectarse internacionalmente. El uso de Internet y redes sociales es mayormente extra-comercial, y el comercio electrónico está concentrado en el mercado local. En efecto, mientras en América Latina y el Caribe solamente el 13.4% de las PyME exportan, en Asia del Este y Pacífico el porcentaje es 32%, y en Europa del Este y Asia Central es 35%. Y a su vez, las exportaciones de las PyME están concentradas: el exportador promedio en AL exporta tan sólo 2 productos a un solo mercado en el exterior, y un tercio de las empresas exportadoras en la región exportan un producto a un sólo mercado. En comparación, el exportador promedio en países desarrollados como Suecia, Noruega o Bélgica exporta 10 productos a 7 destinos internacionales. Esta diversificación es importante, porque genera mayor fortaleza frente a shocks externos y variaciones de precios, y vuelve más sostenible la actividad comercial.
* Promover la internacionalización de las PyME a través del uso de Internet es fundamental para el desarrollo de nuestra región. Las PyME internacionalizadas son mejores empresas, pagan salarios más altos, venden más, son más productivas y emplean a más gente, agregando valor a la cadena de negocios.
* Adicionalmente, nuestra región se encuentra ante una oportunidad de generar crecimiento y empleo a través del emprendimiento en Internet. El Banco Mundial ubica a AL como una de las regiones más emprendedoras del planeta y ya existen muchos casos de startups operando con éxito en el mercado latinoamericano y en mercados extranjeros, exportando bienes y servicios digitales. Un informe de NXTP Labs identificó cerca de 5,000 startups de base tecnológica en toda la región, generando un valor de US$37.7 miles de millones. El 80% de estas empresas que no son de origen brasileño proveen servicios en el mercado regional o global. La dimensión real y el potencial de este sector pueden verse mejor realizados fomentando la internacionalización de las empresas nacionales. La creación y consolidación de nuevos emprendimientos que provean servicios y contenidos internacionalmente a través de Internet es una condición para generar una mayor integración regional y mejores niveles empleo en la misma. A su vez, nuevos servicios y plataformas de Internet han demostrado proveer de herramientas para que las PyME de la región puedan reducir costos y acceder a nuevos mercados.
* El objetivo del Bien Público Regional (BPR) del cual este contrato es objeto, es generar herramientas que permitan aumentar el comercio intrarregional de las PyME en América del Sur, potenciando el uso de Internet como herramienta de facilitación comercial y generando el conocimiento necesario para el diseño de políticas públicas que fomenten el desarrollo del ecosistema digital. En este sentido, el BPR busca trabajar aquellos aspectos de política pública de Internet cuyo mejoramiento sea capaz de promover el comercio digital intrarregional, así como también el comercio internacional de servicios prestados a través de Internet.

**Objetivo de la Consultoría**

Generación de un trabajo de investigación en un tema clave para el desarrollo de la economía digital regional, como son, por ejemplo, la transferencia internacional de datos, las herramientas financieras digitales y la privacidad.

**Actividades Principales**

* Elaborar una revisión de la literatura existente en América Latina y otras regiones, sobre el estado actual de la discusión de política pública del tema.
* Generar relaciones de trabajo mediante encuestas y entrevistas con empresas y asociaciones empresariales representativas del sector estudiado.
* Mantener reuniones periódicas con el equipo de trabajo para ir evaluando el progreso del estudio.
* Presentar en el estudio en un foro de discusión público-privado que se organizará en el marco del Bien Público Regional.

**Informes / Entregables**

Documento Marco de Política Pública

**Cronograma de Pagos**

* 30% con la firma del contrato de consultoría;
* 30% con la entrega del primer borrador del documento marco; y
* 40% con la entrega final del documento marco.

**Características de la Consultoría**

* Categoría y Modalidad de la Consultoría: Contractual de Productos y Servicios Externos, Suma Alzada
* Duración del Contrato: máximo de 45 días (distribuidos en un período de tiempo hasta \_\_\_\_\_)
* Lugar(es) de trabajo: Consultoría Externa
* El consultor será supervisado por la Asociación Latinoamericana de Internet

**TERMINOS DE REFERENCIA**

**Antecedentes**

* En el 2014 América Latina (AL) superó por primera vez la barrera del 50% de conectividad a Internet, con más de 265 millones de personas conectadas. Esta cifra nos coloca por encima de otras regiones en vías de desarrollo del mundo, como Asia del Este y Pacífico, cuya tasa es 43%, y Medio Oriente y Norte de África, cuya tasa es 39%.
* Los latinoamericanos somos, también, la región que más utiliza redes sociales en el mundo. De hecho, el 95% de los usuarios de Internet en AL usan redes sociales, mientras que en EE. UU el porcentaje es de 75%. Además, los usuarios de Internet de AL pasan, en promedio, 10 horas por mes en redes sociales, lo cual coloca a 5 países de nuestra región – Argentina, Brasil, Chile, México y Perú –entre los 10 países que más usan redes sociales en el mundo entero.
* Además de usar Internet para navegar y conectarnos a través de redes sociales, los latinoamericanos hemos incrementado significativamente el uso de Internet para comprar y vender bienes y servicios, por medio del comercio electrónico. En efecto, en 2013 las ventas a través de Internet alcanzaron US$70 mil millones, lo que representa un crecimiento de casi 45 veces el volumen que comerciamos en 2003 (US$1.600 millones). Y se espera que para 2017, las ventas aumenten en 300% hasta US$220 millones anuales.
* Sin embargo, hasta el momento el masivo uso de Internet, redes sociales y comercio electrónico no se ha reflejado en la capacidad de las PyME de AL para conectarse internacionalmente. El uso de Internet y redes sociales es mayormente extra-comercial, y el comercio electrónico está concentrado en el mercado local. En efecto, mientras en América Latina y el Caribe solamente el 13.4% de las PyME exportan, en Asia del Este y Pacífico el porcentaje es 32%, y en Europa del Este y Asia Central es 35%. Y a su vez, las exportaciones de las PyME están concentradas: el exportador promedio en AL exporta tan sólo 2 productos a un solo mercado en el exterior, y un tercio de las empresas exportadoras en la región exportan un producto a un sólo mercado. En comparación, el exportador promedio en países desarrollados como Suecia, Noruega o Bélgica exporta 10 productos a 7 destinos internacionales. Esta diversificación es importante, porque genera mayor fortaleza frente a shocks externos y variaciones de precios, y vuelve más sostenible la actividad comercial.
* Promover la internacionalización de las PyME a través del uso de Internet es fundamental para el desarrollo de nuestra región. Las PyME internacionalizadas son mejores empresas, pagan salarios más altos, venden más, son más productivas y emplean a más gente, agregando valor a la cadena de negocios.
* Adicionalmente, nuestra región se encuentra ante una oportunidad de generar crecimiento y empleo a través del emprendimiento en Internet. El Banco Mundial ubica a AL como una de las regiones más emprendedoras del planeta y ya existen muchos casos de startups operando con éxito en el mercado latinoamericano y en mercados extranjeros, exportando bienes y servicios digitales. Un informe de NXTP Labs identificó cerca de 5,000 startups de base tecnológica en toda la región, generando un valor de US$37.7 miles de millones. El 80% de estas empresas que no son de origen brasileño proveen servicios en el mercado regional o global. La dimensión real y el potencial de este sector pueden verse mejor realizados fomentando la internacionalización de las empresas nacionales. La creación y consolidación de nuevos emprendimientos que provean servicios y contenidos internacionalmente a través de Internet es una condición para generar una mayor integración regional y mejores niveles empleo en la misma. A su vez, nuevos servicios y plataformas de Internet han demostrado proveer de herramientas para que las PyME de la región puedan reducir costos y acceder a nuevos mercados.
* El objetivo del Bien Público Regional (BPR) del cual este contrato es objeto, es generar herramientas que permitan aumentar el comercio intrarregional de las PyME en América del Sur, potenciando el uso de Internet como herramienta de facilitación comercial y generando el conocimiento necesario para el diseño de políticas públicas que fomenten el desarrollo del ecosistema digital. En este sentido, el BPR busca trabajar aquellos aspectos de política pública de Internet cuyo mejoramiento sea capaz de promover el comercio digital intrarregional, así como también el comercio internacional de servicios prestados a través de Internet.

**Objetivo de la Consultoría**

Diseñar y ejecutar la estrategia de diseminación del Bien Público Regional.

**Actividades Principales**

* Diseñar la campaña y mecanismos de difusión de los contenidos generados por el proyecto, incluyendo los documentos de política pública y los proyectos piloto.
* Aprovechar la plataforma late.online para alojar los contenidos y utilizar como espacio de generación de identidad marcaria.
* Organizar los eventos de diseminación, en particular los foros de discusión público-privados que se organizarán en el marco del Bien Público Regional.

**Informes / Entregables**

Reportes periódicos de avance

**Cronograma de Pagos**

* 30% con la firma del contrato de consultoría;
* 30% con la entrega del primer informe de avance semestral; y
* 40% con la entrega del informe de avance final.

**Características de la Consultoría**

* Categoría y Modalidad de la Consultoría: Contractual de Productos y Servicios Externos, Suma Alzada
* Duración del Contrato: máximo de 60 días (distribuidos en un período de tiempo hasta \_\_\_\_\_)
* Lugar(es) de trabajo: Consultoría Externa
* El consultor será supervisado por la Asociación Latinoamericana de Internet

**TERMINOS DE REFERENCIA**

**Antecedentes**

* En el 2014 América Latina (AL) superó por primera vez la barrera del 50% de conectividad a Internet, con más de 265 millones de personas conectadas. Esta cifra nos coloca por encima de otras regiones en vías de desarrollo del mundo, como Asia del Este y Pacífico, cuya tasa es 43%, y Medio Oriente y Norte de África, cuya tasa es 39%.
* Los latinoamericanos somos, también, la región que más utiliza redes sociales en el mundo. De hecho, el 95% de los usuarios de Internet en AL usan redes sociales, mientras que en EE. UU el porcentaje es de 75%. Además, los usuarios de Internet de AL pasan, en promedio, 10 horas por mes en redes sociales, lo cual coloca a 5 países de nuestra región – Argentina, Brasil, Chile, México y Perú –entre los 10 países que más usan redes sociales en el mundo entero.
* Además de usar Internet para navegar y conectarnos a través de redes sociales, los latinoamericanos hemos incrementado significativamente el uso de Internet para comprar y vender bienes y servicios, por medio del comercio electrónico. En efecto, en 2013 las ventas a través de Internet alcanzaron US$70 mil millones, lo que representa un crecimiento de casi 45 veces el volumen que comerciamos en 2003 (US$1.600 millones). Y se espera que para 2017, las ventas aumenten en 300% hasta US$220 millones anuales.
* Sin embargo, hasta el momento el masivo uso de Internet, redes sociales y comercio electrónico no se ha reflejado en la capacidad de las PyME de AL para conectarse internacionalmente. El uso de Internet y redes sociales es mayormente extra-comercial, y el comercio electrónico está concentrado en el mercado local. En efecto, mientras en América Latina y el Caribe solamente el 13.4% de las PyME exportan, en Asia del Este y Pacífico el porcentaje es 32%, y en Europa del Este y Asia Central es 35%. Y a su vez, las exportaciones de las PyME están concentradas: el exportador promedio en AL exporta tan sólo 2 productos a un solo mercado en el exterior, y un tercio de las empresas exportadoras en la región exportan un producto a un sólo mercado. En comparación, el exportador promedio en países desarrollados como Suecia, Noruega o Bélgica exporta 10 productos a 7 destinos internacionales. Esta diversificación es importante, porque genera mayor fortaleza frente a shocks externos y variaciones de precios, y vuelve más sostenible la actividad comercial.
* Promover la internacionalización de las PyME a través del uso de Internet es fundamental para el desarrollo de nuestra región. Las PyME internacionalizadas son mejores empresas, pagan salarios más altos, venden más, son más productivas y emplean a más gente, agregando valor a la cadena de negocios.
* Adicionalmente, nuestra región se encuentra ante una oportunidad de generar crecimiento y empleo a través del emprendimiento en Internet. El Banco Mundial ubica a AL como una de las regiones más emprendedoras del planeta y ya existen muchos casos de startups operando con éxito en el mercado latinoamericano y en mercados extranjeros, exportando bienes y servicios digitales. Un informe de NXTP Labs identificó cerca de 5,000 startups de base tecnológica en toda la región, generando un valor de US$37.7 miles de millones. El 80% de estas empresas que no son de origen brasileño proveen servicios en el mercado regional o global. La dimensión real y el potencial de este sector pueden verse mejor realizados fomentando la internacionalización de las empresas nacionales. La creación y consolidación de nuevos emprendimientos que provean servicios y contenidos internacionalmente a través de Internet es una condición para generar una mayor integración regional y mejores niveles empleo en la misma. A su vez, nuevos servicios y plataformas de Internet han demostrado proveer de herramientas para que las PyME de la región puedan reducir costos y acceder a nuevos mercados.
* El objetivo del Bien Público Regional (BPR) del cual este contrato es objeto, es generar herramientas que permitan aumentar el comercio intrarregional de las PyME en América del Sur, potenciando el uso de Internet como herramienta de facilitación comercial y generando el conocimiento necesario para el diseño de políticas públicas que fomenten el desarrollo del ecosistema digital. En este sentido, el BPR busca trabajar aquellos aspectos de política pública de Internet cuyo mejoramiento sea capaz de promover el comercio digital intrarregional, así como también el comercio internacional de servicios prestados a través de Internet.

**Objetivo de la Consultoría**

Generación de un proyecto piloto para la implementación controlada y experimental de la recomendación de política pública [\_\_\_\_\_\_] contenida en el informe [\_\_\_\_\_\_\_] producido en el marco del Bien Público Regional.

**Actividades Principales**

* Liderar las discusiones sobre la implementación de un proyecto piloto con autoridades del Gobierno de [\_\_\_\_\_\_\_] y el sector privado.
* Diseñar un plan de ejecución del proyecto piloto, incluyendo objetivos, indicadores de resultados y éxito, mecanismos de monitoreo y evaluación.
* Mantener reuniones periódicas con el equipo de trabajo para ir evaluando el progreso del proyecto piloto.
* Presentar los resultados del proyecto piloto en un foro de discusión público-privado que se organizará en el marco del Bien Público Regional.

**Informes / Entregables**

Documento Marco de Diseño del Proyecto Piloto

**Cronograma de Pagos**

* 30% con la firma del contrato de consultoría;
* 30% con la entrega del primer borrador del documento marco; y
* 40% con la entrega final del documento marco.

**Características de la Consultoría**

* Categoría y Modalidad de la Consultoría: Contractual de Productos y Servicios Externos, Suma Alzada
* Duración del Contrato: máximo de 45 días (distribuidos en un período de tiempo hasta \_\_\_\_\_)
* Lugar(es) de trabajo: Consultoría Externa
* El consultor será supervisado por la Asociación Latinoamericana de Internet