



Comitê de Representantes

ALADI/CR/Resolução 402
13 de novembro de 2013

RESOLUÇÃO 402

TERMOS DE REFERÊNCIA EXPO ALADI

O COMITÊ de REPRESENTANTES,

TENDO EM VISTA o Tratado de Montevideu 1980 (TM80); as Resoluções 59 (XIII), 60 (XIII), 61 (XIII), 62 (XIV), 68 (XIV) 69 (XIV) e 73 (XV) do Conselho de Ministros e a Resolução 401 do Comitê de Representantes; e

CONSIDERANDO a necessidade de iniciar as atividades de implementação da EXPO ALADI.

RESOLVE:

PRIMEIRO.- Aprovar os Termos de Referência da EXPO ALADI, que constam em anexo à presente Resolução, a qual terá lugar na cidade de Montevideu-Uruguaí, de 8 a 10 de outubro de 2014.

SEGUNDO.- Destinar a quantia de US\$ 342.500,00 (trezentos e quarenta e dois mil e quinhentos dólares estadunidenses), correspondentes ao Fundo de Capital de Giro, distribuídos da maneira a seguir: US\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil dólares estadunidenses) para as despesas relacionadas à realização da EXPO ALADI a cargo da Associação e US\$ 92.500,00 (noventa e dois mil e quinhentos dólares estadunidenses) que deverão ser destinados como recursos adicionais para financiar a participação dos Países de Menor Desenvolvimento Econômico Relativo (PMDERs) no evento.

TERCEIRO.- Receber com beneplácito o anúncio realizado pela Representação Permanente dos Estados Unidos Mexicanos, em relação à

contribuição de US\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil dólares estadunidenses) pelo Governo dos Estados Unidos Mexicanos e algumas Instituições públicas e privadas patrocinadoras, para o financiamento da EXPO ALADI.

QUARTO.- A Secretaria-Geral informará mensalmente sobre a utilização dos fundos mencionados nos parágrafos Segundo e Terceiro, bem como daquelas contribuições adicionais provenientes de potenciais parceiros estratégicos dos setores público e privado.

QUINTO.- Encomendar ao Grupo de Trabalho Ad Hoc, criado pela Resolução do Comitê de Representantes 401, que apresente ao Comitê de Representantes, no mais breve prazo possível e preferentemente antes da última sessão ordinária do ano 2013 desse órgão, uma proposta sobre os setores estratégicos que participarão da rodada de negócios a realizar-se no âmbito da EXPO ALADI. Para elaborar essa proposta, o Grupo de Trabalho Ad Hoc levará em consideração os setores preliminarmente identificados pela Secretaria-Geral nos Termos de Referência em anexo, bem como outros sugeridos pelos países-membros no âmbito desse Grupo.



EXPO ALADI

TERMOS DE REFERÊNCIA

I. SÍNTESE DA PROPOSTA

- **Nome:** EXPO ALADI
- **Países participantes:** Países-Membros da ALADI (Argentina, Bolívia, Brasil, Chile, Colômbia, Cuba, Equador, México, Panamá, Paraguai, Peru, Uruguai e Venezuela).
- **Países e organismos convidados:** países da América Central e o Caribe e organismos regionais.
- **Instituições organizadoras e agências executoras:** A Associação Latino-Americana de Integração e *Uruguay XXI*. Organismos e agências de promoção de exportações e investimentos dos Países-Membros.
- **Instituições participantes:** Organismos e agências públicos e privados de promoção de exportações e investimentos dos Países-Membros, câmaras empresariais, Representações Permanentes dos Países-Membros, e empresas dos países-membros.
- **Objetivo geral:** Potencializar as oportunidades das empresas regionais para crescer e aumentar sua participação no mercado regional e fomentar a integração produtiva regional, complementando os esforços nacionais realizados pelos países-membros para diversificar a oferta exportável, aumentar a competitividade, impulsionar os encadeamentos produtivos e a logística e conformar redes empresariais.
- **Objetivo específico:** Realizar encontros entre empresas exportadoras e importadoras dos países-membros, que constituirão uma ferramenta para facilitar o conhecimento e a geração de contatos entre os empresários da região, em particular as MPMEs, favorecendo assim a divulgação da oferta exportável e o melhor aproveitamento das oportunidades comerciais emanadas dos acordos assinados no âmbito da ALADI.
- **Componentes da proposta:**
 - Rodada de negócios latino-americana;
 - Promoção direta mediante estandes institucionais;
 - Fórum de reflexão: conferência magistral e painéis temáticos;
 - Oficinas de capacitação;
 - Reuniões de representantes governamentais e/ou reuniões de representantes do setor privado.
- **Financiamento:** A Associação contribuirá com a quantia de US\$ 342.500,00 (trezentos e quarenta e dois mil e quinhentos dólares estadunidenses), correspondentes ao Fundo de Capital de Giro, distribuídos da maneira a seguir: US\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil dólares estadunidenses) para as despesas relacionadas à realização da EXPO ALADI a cargo da Associação e

US\$ 92.500,00 (noventa e dois mil e quinhentos dólares estadunidenses) que deverão ser destinados como recursos adicionais para financiar a participação dos Países de Menor Desenvolvimento Econômico Relativo (PMDERs) no evento.

O montante restante do orçamento apresentado no ponto VI proviria das contribuições dos potenciais parceiros estratégicos dos setores público e privado.

- **Número potencial de empresas participantes:** Com vistas a construir um cenário base para a elaboração do orçamento foi estimado que poderiam participar 500 empresas.
- **Avaliação:** O Coordenador do Grupo de Trabalho Ad Hoc apresentará ao Comitê de Representantes o Relatório desse Grupo sobre os resultados da EXPO ALADI bem como eventuais recomendações sobre o evento.
- **Data:** 08 a 10 de outubro de 2014.

II. Justificação

- Em 2012, 59,8% do comércio intra-regional ALADI estava liberalizado do pagamento de tarifas e, para 2021, esta cifra alcançará 74,2%, o qual evidenciaria o grau de avanço e o potencial que em matéria tarifária teve o processo de integração regional. Para que isso seja exequível, são importantes a promoção e o aprofundamento dos laços comerciais em nível intra-regional. Neste ponto é pertinente não somente contar com avanços nas disciplinas comerciais associadas, mas também na incorporação ativa e crescente de empresas e produtos do mercado regional.
- Um maior envolvimento direto das empresas compradoras e exportadoras latino-americanas no mercado regional teria como efeito positivo não apenas a diversificação dos destinos de exportação e importação, mas também a possibilidade de incrementar o valor agregado das exportações e o impulso dos encadeamentos produtivos, em particular para as MPMEs. O anterior adquire especial relevância na conjuntura atual, na qual os mercados regionais mostram perspectivas de crescimento¹ maiores às de outros mercados tradicionais de exportação e importação como os Estados Unidos e a Europa.
- Levando em consideração o acima exposto, bem como a experiência acumulada pelas agências nacionais responsáveis pela promoção das exportações e os investimentos, e pela ALADI em encontros empresariais

¹ O FMI estima que, em 2013, a economia dos Estados Unidos crescerá 1,6%, as dos países da Zona Euro terão uma diminuição de 0,4% em seu produto, enquanto que os países da América Latina e o Caribe crescerão 2,7%. Vide FMI (2013) "Perspectivas da Economia Mundial". Outubro de 2013.

bilaterais, foi identificada a possibilidade de realizar um evento de alcance regional que constitua um ponto de encontro para os empresários da região, facilitando a aproximação entre eles e a divulgação de suas ofertas exportáveis, tendo como eixo transversal as MPMEs.

III. Antecedentes

- No âmbito da ALADI, o Tratado de Montevideu 1980; as Resoluções 59 (XIII), 60 (XIII), 61 (XIII), 62 (XIV), 68 (XIV), 69 (XIV) e 73 (XV) do Conselho de Ministros e a Declaração sobre a Crise Econômica Internacional e as Ações a serem Desenvolvidas no Âmbito da ALADI para enfrentá-la, emanada da Décima Quinta Reunião do Conselho de Ministros, bem como as recomendações das Reuniões de Responsáveis Governamentais das MPMEs (I e II) e das VI e VII Reuniões do Conselho Assessor Empresarial (CASE) – etapa MPMEs-, instam a Associação a impulsionar ações destinadas a promover o comércio regional como um instrumento para favorecer um desenvolvimento econômico e social harmônico e equilibrado.
- Além da experiência acumulada pela ALADI em matéria de feiras e seminários da Associação e em atividades como divulgação, assistência técnica e capacitação, cabe considerar sua participação como membro observador da Rede Ibero-Americana de Organismos de Promoção de Exportações e Investimentos (REDIBERO), no âmbito da qual foram gerados os laços de cooperação e foram coordenadas atividades com diferentes agências de promoção do comércio dos países-membros, entre elas, *Uruguay XXI*.
- A essa experiência e no âmbito do convênio ALADI/URUGUAY XXI acrescenta-se a experiência desta Agência na consolidação, expansão e diversificação das exportações de bens e serviços a um maior número de mercados, contando, para tanto, com a participação de um número maior de empresas -em especial MPMEs- no processo exportador e na promoção da cultura exportadora no Uruguai. Em nível de investimentos, a agência também apoia os investidores estrangeiros, tanto os que estão avaliando onde realizar seu investimento quanto os que já operam no país.
- Pelo acima exposto, e em cumprimento do propósito que guia as ações de ambas as instituições, serão complementadas capacidades com *Uruguay XXI* para promover um encontro empresarial com ênfase nas MPMEs do mais amplo alcance regional.
- Neste âmbito, o Comitê de Representantes da ALADI resolveu impulsionar a realização da EXPO ALADI², a realizar-se no Uruguai no ano próximo, para o qual foram elaborados os seguintes termos de referência.

² ALADI/CR/Resolução 401, de 13 de setembro de 2013.

IV. Descrição

IV.1 Objetivo geral

O objetivo geral do projeto é potencializar as oportunidades das empresas regionais para crescer e aumentar sua participação no mercado regional e fomentar a integração produtiva regional, complementando os esforços nacionais realizados pelos Países-Membros para diversificar a oferta exportável, aumentar a competitividade, impulsionar os encadeamentos produtivos e a logística e conformar redes empresariais.

IV.2 Objetivo específico

O objetivo específico é realizar encontros empresariais entre empresas exportadoras e importadoras dos Países-Membros e demais países participantes, para facilitar o conhecimento e a realização de contatos entre os empresários da região, favorecendo a divulgação da oferta exportável e o melhor aproveitamento das oportunidades comerciais emanadas dos acordos assinados no âmbito da ALADI.

IV.3 Componentes

O evento constará dos seguintes cinco componentes:

- rodada de negócios latino-americana;
- promoção direta mediante estandes institucionais;
- fórum de reflexão: conferência magistral e painéis temáticos
- oficinas de capacitação
- reuniões de representantes governamentais e/ou reuniões de representantes do setor privado.

No Quadro N°1 do Anexo, apresenta-se, para cada um dos componentes, as atividades necessárias para sua realização, os resultados esperados, bem como os indicadores de cumprimento.

V. Setores estratégicos preliminarmente identificados

Para a definição dos setores que participarão da rodada de negócios a realizar-se no âmbito da EXPO ALADI, considerou-se pertinente realizar um trabalho exploratório. A identificação de setores foi realizada considerando sua potencialidade de concretizar negócios e de expandir o comércio intra-regional. Dessa forma, foram identificados preliminarmente pela Secretaria-Geral os seguintes setores:

- Agroindustrial
- Alimentos e bebidas manufaturados
- Químicos e plásticos
- Serviços vinculados às TICs
- Têxteis, confecções e calçado

No Quadro N°2 do Anexo apresentam-se, como referência, os capítulos do Sistema Harmonizado de Designação e Codificação de Mercadorias (Emenda V) correspondentes a cada um dos setores produtores e comercializadores de bens identificados. Outrossim, apresenta-se a classificação de serviços utilizada pela UNCTAD para a elaboração de suas estatísticas com base no Manual de Estatísticas de Comércio Internacional de Serviços 2010.

VI. Orçamento estimado

O orçamento estimado foi elaborado pela Secretaria-Geral com base nos orçamentos solicitados a diversas empresas organizadoras de eventos destas características, que foram recomendadas tanto por *Uruguay XXI* quanto por outras instituições regionais com sede no Uruguai e tomando como referência a Ficha Técnica inicial.

A seguir, o Orçamento estimado, no qual são detalhados os principais custos associados à realização do evento, no âmbito de 3 dias de duração e a assistência de 500 empresários.

Detalhe	Orçamento estimado (em dólares estadunidenses)
1. Localização	59.070,00
2. Divulgação	42.215,00
3. Financiamento de 130 empresários compradores	205.678,00
4. Conferencistas convidados	21.575,00
5. Gastronomia	163.655,00
6. Despesas operacionais	62.950,00
7. Honorários da empresa encarregada da organização da EXPO ALADI 2014	28.060,00
8. Recursos adicionais para o financiamento da participação dos PMDERs	92.500,00
8. Imprevistos	101.356,00
Total Impostos inc.	777.059,00
1. No presente item está incluído o custo de montagem das salas e dos estandes. 2. Inclui-se o referente à convocatória da imprensa, gestão da mídia, material de promoção, desenho e manutenção do site do evento, bem como um vídeo promocional. 3. No ponto 3 do presente Orçamento considera-se o financiamento de 130 empresários importadores dos países-membros da ALADI que participarão da Rodada de Negócios. 4. Está previsto o financiamento de palestrantes que participarão durante a EXPO ALADI em 2014. 5. No item Gastronomia inclui-se a realização de um coquetel de boas-vindas e encerramento, bem como os coffee breaks e almoços durante os dias do evento. 6. No item Despesas operacionais contemplam-se todas aquelas contratações relativas ao equipamento necessário para gravação e áudio, bem como interpretação simultânea e traslados. 7. O item 7 faz referência aos Honorários da empresa que estará encarregada da organização da EXPO ALADI em 2014, os quais incluem os custos do pessoal da empresa designado para o evento. 8. Recursos previstos na Resolução 402 do Comitê de Representantes. 9. O item Imprevistos contempla 15% do total do Orçamento.	

Cabe assinalar que o presente Orçamento estimado deverá ser revisado periodicamente por seu caráter evolutivo, de modo a contemplar os ajustes necessários à medida que vão sendo executadas as atividades de implementação do evento.

VII. Fontes de Financiamento

A Associação contribuirá com a quantia de US\$ 342.500,00 (trezentos e quarenta e dois mil e quinhentos dólares estadunidenses), correspondentes ao Fundo de Capital de Giro, distribuídos da maneira a seguir: US\$ 250.000,00 (duzentos e cinquenta mil dólares estadunidenses) para as despesas relacionadas à realização da EXPO ALADI a cargo da Associação e US\$ 92.500,00 (noventa e dois mil e quinhentos dólares estadunidenses) que deverão ser destinados como recursos adicionais para financiar a participação dos Países de Menor Desenvolvimento Econômico Relativo (PMDERs) no evento.

O montante restante do orçamento apresentado no ponto VI proviria das contribuições dos potenciais parceiros estratégicos dos setores público e privado.

VIII. Agenda tentativa

DÍA	AGENDA	
Quarta-feira 8	1) Registro de participantes (14h30m – 15h) 2) Abertura (15h – 15h30m) 3) Conferência magistral e painéis temáticos (15h30m – 18h30m) 4) Coquetel de boas-vindas (18h30m – 19h)	
Quinta-feira 9	1) Rodadas de Negócios (09:00 – 13:00hs) 2) Lanche com conferencista convidado (13h – 14:30hs) 3) Rodada de Negócios (15h – 18h)	1) Reuniões governamentais 2) Reunião do setor privado (câmaras empresariais e outros) 3) Oficinas de capacitação
Sexta-feira 10	1) Rodada de Negócios (09h – 12h) 2) Encerramento do evento e coquetel de encerramento (12h – 13h) 3) Visitas a plataformas logísticas (opcional) (A partir das 13h)	

ANEXO

Quadro N° 1: Síntese

Componentes	Resultados esperados	Indicadores de avaliação de resultados e de impacto
<u>Componente 1:</u> Rodada de Negócios Latino-americana entre exportadores e importadores dos Países-Membros da ALADI e com os países convidados <u>Atividades preparatórias:</u> • Identificação de oportunidades comerciais • Busca e seleção de empresas bem como dos bens e serviços • Atividades de divulgação da rodada • Elaboração das agendas • Preparação da mesa de assistência técnica	• Pôr em contato fornecedores/exportadores regionais com produtores/importadores para intercambiar informação comercial • Gerar alianças estratégicas • Identificar possíveis alternativas de fornecimento • Melhorar a logística/distribuição	• N° de empresas/países/setores • N° de encontros em rodadas de negócios • N° de contatos e transações pactuadas • Montante global das intenções de negócios • Grau de satisfação dos participantes • Repercussão nos meios de comunicação do evento – N° de meios e dias nos quais aparecem notícias sobre os diferentes componentes do evento

Componentes	Resultados esperados	Indicadores de avaliação de resultados e de impacto
<u>Componente 2:</u> Promoção direta mediante estandes institucionais a cargo dos pontos focais dos Países-Membros. <u>Atividades preparatórias:</u> • Identificação e avaliação de possíveis terrenos destinados à realização da exposição • Coordenação com as agências participantes para definir as características e as condições de sua participação • Coordenação de aspectos vinculados ao desenho, montagem e desmontagem dos estandes	Promoção de oferta exportável e divulgação de serviço de apoio à internacionalização das empresas	• Quantidade de estandes e de visitantes por estande • N° de contatos comerciais realizados • Quantidade de material promocional distribuído • Grau de satisfação das agências participantes
<u>Componente 3:</u> Fórum de reflexão constituído por uma conferência magistral por um especialista internacional e a conformação de painéis temáticos <u>Atividades preparatórias:</u> • Identificação de temáticas de interesse em matéria de comércio exterior • Identificação de expositores destacados nas temáticas selecionadas • Coordenações necessárias para possibilitar a participação dos especialistas em boa e devida forma	Realização de uma conferência magistral e de oficinas temáticas para: • promover a análise e facilitar a tomada de decisões pelos assistentes em temáticas vinculadas ao comércio	• Quantidade e características dos participantes • Quantidade de especialistas e diversidade de temáticas e nacionalidades • N° de painéis e diversidade de temáticas tratadas • Grau de satisfação dos participantes • Repercussão nos meios de comunicação vinculada com a temática e/ou expositores

Componentes	Resultados esperados	Indicadores de avaliação de resultados e de impacto
<u>Componente 4:</u> Oficinas de capacitação dirigidas, principalmente, aos empresários MPMEs que tratem os seguintes temas: acesso aos mercados, estratégias de exportação e importação, oportunidades comerciais, financiamento do comércio, facilitação do comércio, integração produtiva e investimentos, bem como o uso de ferramentas que facilitem sua internacionalização <u>Atividades preparatórias:</u> • Identificação dos temas específicos que cada oficina tratará nas áreas temáticas • Identificação aos orientadores das oficinas e coordenação de sua participação • Preparação dos programas e materiais relativos a cada uma das oficinas	Realização de oficinas de capacitação com o propósito de: • Fornecer informação sobre as ferramentas disponíveis que facilitem a participação das empresas no comércio regional • Facilitar a análise e a interpretação dos acordos comerciais • Promover o conhecimento das oportunidades comerciais e as normas de acesso aos mercados • Desenhar e implementar estratégias de comercialização • Conhecer as características dos instrumentos de financiamento do comércio	• N° de oficinas realizadas e diversidade das temáticas • Quantidade e características de participantes • Grau de satisfação dos participantes

Componentes	Resultados esperados	Indicadores de avaliação de resultados e de impacto
<u>Componente 5:</u> Reuniões de representantes governamentais, e/ou de reuniões de associações de caráter nacional ou regional <u>Atividades preparatórias:</u> • Convocatórias das reuniões e preparações das agendas, caso corresponda. • Coordenação com as instituições ou organismos que manifestem interesse em realizar uma reunião de suas autoridades aproveitando a EXPO ALADI. • Preparação e/ou recebimento dos documentos de trabalho. • Coordenação dos aspectos logísticos das reuniões	A realização das reuniões terá como objetivo: • Estreitar vínculos de cooperação e assistência técnica entre as autoridades governamentais dos países-membros • Fortalecer os laços de cooperação entre instituições ou associações empresariais que atuam na região e a Associação • Divulgar entre os membros das associações empresariais os mecanismos e as vantagens que o processo de integração oferece	• N° e tipo de reuniões realizadas • Quantidade e características dos participantes • Grau de satisfação dos participantes

Quadro N° 2: Setores estratégicos

Código	A. Descrição dos Capítulos do Sistema Harmonizado de Designação e Codificação de Mercadorias (considerados dentro de cada setor estratégico relativos ao comércio de bens)
AGROINDUSTRIAL	
02	Carnes e miudezas, comestíveis
04	Leite e laticínios; ovos de aves; mel natural; produtos comestíveis de origem animal não especificados nem compreendidos noutros Capítulos
07	Produtos hortícolas, plantas, raízes e tubérculos, comestíveis
08	Frutas; cascas de frutos cítricos e de melões
09	Café, chá, mate e especiarias
10	Cereais
11	Produtos da indústria de moagem; malte; amidos e féculas; inulina; glúten de trigo
12	Sementes e frutos oleaginosos; grãos, sementes e frutos diversos; plantas industriais ou medicinais; palhas e forragens
13	Gomas, resinas e outros sucos e extratos vegetais
15	Gorduras e óleos animais ou vegetais; produtos da sua dissociação; gorduras alimentares elaboradas; ceras de origem animal ou vegetal
ALIMENTOS E BEBIDAS MANUFATURADOS	
16	Preparações de carne, de peixes ou de crustáceos, de moluscos ou de outros invertebrados aquáticos
17	Açúcares e produtos de confeitaria
18	Cacau e suas preparações
19	Preparações à base de cereais, farinhas, amidos, féculas ou leite; produtos de pastelaria
20	Preparações de produtos hortícolas, de frutas ou de outras partes de plantas
21	Preparações alimentícias diversas
22	Bebidas, líquidos alcoólicos e vinagres
QUÍMICOS E PLÁSTICOS	
30	Produtos farmacêuticos
31	Adubos (fertilizantes)
33	Óleos essenciais e resinóides; produtos de perfumaria ou de tocador preparados e preparações cosméticas
34	Sabões, agentes orgânicos de superfície, preparações para lavagem, preparações lubrificantes, ceras artificiais, ceras preparadas, produtos de conservação e limpeza, velas e artigos semelhantes, massas ou pastas para modelar, "ceras para dentistas" e composições para dentistas à base de gesso
39	Plásticos e suas obras
40	Borracha e suas obras

TÊXTEIS, CONFECÇÕES E CALÇADO	
50	Seda
51	Lã, pelos finos ou grosseiros; fios e tecidos de crina
52	Algodão
53	Outras fibras têxteis vegetais; fios de papel e tecidos de fios de papel
54	Filamentos sintéticos ou artificiais; lâminas e formas semelhantes de matérias têxteis sintéticas ou artificiais
55	Fibras sintéticas ou artificiais, descontínuas
56	Pastas (<i>ouates</i>), feltros e falsos tecidos; fios especiais; cordéis, cordas e cabos; artigos de cordoaria
57	Tapetes e outros revestimentos para pisos (pavimentos), de matérias têxteis
58	Tecidos especiais; tecidos tufados; rendas; tapeçarias; passamanarias, bordados
59	Tecidos impregnados, revestidos, recobertos ou estratificados; artigos para usos técnicos de matérias têxteis
60	Tecidos de malha
61	Vestuário e seus acessórios, de malha
62	Vestuários e seus acessórios, exceto de malha
63	Outros artefatos têxteis confeccionados; sortidos; artefatos de matérias têxteis, calçados, chapéus e artefatos de uso semelhante, usados; trapos
64	Calçados, polainas e artefatos semelhantes; suas partes
Fonte: Secretaria-Geral da ALADI com base no Sistema Harmonizado de Designação e Codificação de Mercadorias. Emenda V da Organização Mundial de Aduanas.	

B. Descrição segundo Classificação Ampliada da Balança de Pagamentos de Serviços de 2010
SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES, INFORMÁTICA E INFORMAÇÃO
Serviços de telecomunicações
Serviços de informática (inclui programas informáticos e outros serviços)
Serviços de informação (inclui agências de notícias)
(*) Nota: das cifras apresentadas pela UNCTAD não é possível extrair os serviços não correspondentes às TICs. Fonte: UNCTAD (2010) Manual de Estatísticas de Comércio Internacional de Serviços.