

Documento de Cooperación Técnica

I. Información Básica de la CT

▪ País/Región:	URUGUAY
▪ Nombre de la CT:	Innovación y Desarrollo de Turismo 4.0 en Uruguay
▪ Número de CT:	UR-T1316
▪ Jefe de Equipo/Miembros:	Sabra, Mariel Líder del Equipo; Garcia Negro, Alvaro (CSD/RND) Jefe Alternativo del Equipo de Proyecto; Facal Lazaro, Carlos Javier (CSC/CUR); Gonzalez Claudina (CSD/RND); Monteverde Lopez, Maria Del Rosario (ITE/IPX); Milicich Nieto-Polo, Allizon Patricia (VPC/FMP); Morales Franco Ericka Marleny (CSD/RND); Gottsch, Marieke (IFD/CTI); Chavez, Elizabeth (CSD/RND); Diaz Gill Virginia Maria (LEG/SGO); Bettini Vicente, Juliana (CSD/RND); Bendix, Willy (VPC/FMP); Sabra, Mariel
▪ Taxonomía:	Apoyo Operativo
▪ Operación a la que la CT apoyará:	UR-O1149.
▪ Fecha de Autorización del Abstracto de CT:	26 Dic 2023.
▪ Beneficiario:	República Oriental del Uruguay a través del Ministerio de Turismo Uruguay
▪ Agencia Ejecutora y nombre de contacto:	Inter-American Development Bank
▪ Donantes que proveerán financiamiento:	OC SDP Ventanilla 2 - Sostenibilidad(W2A)
▪ Financiamiento solicitado del BID:	US\$250,000.00
▪ Contrapartida Local, si hay:	US\$0
▪ Periodo de Desembolso (incluye periodo de ejecución):	24 meses
▪ Fecha de inicio requerido:	Julio 2024
▪ Tipos de consultores:	Consultoría individual y firmas consultoras
▪ Unidad de Preparación:	CSD/RND-Env, Rural Dev & Disaster Risk
▪ Unidad Responsable de Desembolso:	CSC/CUR-Representación Uruguay
▪ CT incluida en la Estrategia de País (s/n):	Si
▪ CT incluida en CPD (s/n):	Si
▪ Alineación a la Estrategia Institucional del Grupo BID 2024-2030	Productividad e innovación; Sostenibilidad ambiental; Igualdad de género

II. Descripción del Préstamo/Garantía Asociado

2.1 La Línea de Crédito Condicional para proyectos de inversión para el Desarrollo Natural del Turismo (UR-O1149), tiene por objetivo generar empleo y renta en destinos emergentes, consolidando la actividad turística como factor de equilibrio territorial. Entre las líneas estratégicas de la CCLIP se incluye el apoyo a emprendimientos turísticos e inversiones innovadoras en destinos emergentes, para lo cual la tecnología aplicada es un factor sustantivo en el desarrollo de los destinos y su promoción. A la fecha, se han ejecutado dos operaciones de préstamo (UR-L1113 y UR-L1155) en el marco de la UR-O1149, la cual se encuentre aún vigente; habiendo recursos remanentes para pensar en nuevas operaciones que permitan incorporar más apoyo en materia digitalización con propósito, siendo esta cooperación técnica un insumo para una posible operación en este marco.

- 2.2 El turismo en Uruguay representó, hasta la pandemia, el 18% de las exportaciones totales. Fue el principal exportador de servicios con una participación del 44%. El país tiene la tasa más alta de la región de arribo turístico/población, siendo del 89% en 2019. Es una de las actividades más intensivas en generación de empleo en el país (6.57% del empleo total)¹, y genera un 5.3% del PBI². Es reconocido en la región como uno de los países más avanzados en centros de desarrollo de software, siendo parte de [Digital Nations](#). Ocupa el 1er. lugar en América Latina y el puesto 35° a nivel global en desarrollo de gobierno digital³, contando asimismo con el marco y guía de la [Agenda Uruguay Digital 2025](#). Sin embargo, de acuerdo con un reciente estudio realizado por el Banco sobre [“Brechas de conocimiento y oportunidades de aplicación de soluciones innovadoras en el sector turístico en Uruguay”](#), el nivel de innovación y adopción de tecnologías digitales por parte de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes) es muy bajo, y esto aplica asimismo al sector turístico. En cuanto a participación de mujeres en el sector, de acuerdo con ONU Turismo, si bien las mujeres son la mayor parte de la fuerza de trabajo en el sector, son las que ocupan los empleos peor remunerados, o también no remunerados en emprendimientos turísticos familiares. Si bien no se cuentan con datos específicos para Uruguay, se estima que sigue la tendencia internacional. Solo un 21.4% de la población económicamente activa femenina es empresaria o emprendedora. A nivel de tecnología, en Uruguay un 30% de los estudiantes STEM (Ciencias, Tecnología, Ingeniería y Matemática) son mujeres.
- 2.3 Se entiende por [turismo 4.0](#) a aquel que incorpora innovaciones tecnológicas incluyendo, entre otros, elementos como el Internet de las Cosas, la nube informática, la realidad virtual y aumentada, la inteligencia artificial, el big data, el internet móvil y los sistemas de información geográficos, y otras tecnologías que permiten la digitalización con propósito. Ésta es precondition para viabilizar la **inteligencia turística** la cual supone la toma de decisiones informada por el análisis de datos actualizados a partir de diversas fuentes. El uso estratégico de los datos permite una mejor gestión de la actividad, tanto a nivel de gobierno como de organizaciones privadas. Puede ayudar a gestionar mejor los negocios y hacerlos más rentables, identificar tendencias, oportunidades, problemáticas, guiar inversiones o crear productos y experiencias, así como comunicarlos eficientemente. A su vez, el desarrollo de Destinos Turísticos Inteligentes implica inteligencia turística y políticas acordadas para generar rentabilidad del sector y sustentabilidad socioambiental. Una prueba de ello es el caso de España, que es uno de los 10 países con mayor desarrollo turístico, y una explícita estrategia de desarrollo de [gestión turística basada en datos](#). En este mismo sentido, el Banco está ejecutando la Cooperación Técnica Regional [“Turismo Futuro”](#), RG-T3660, cuyo objetivo es la generación de

¹ INE (Instituto Nacional de Estadística), [Boletines Técnicos](#) ene-dic 2022

² CERES (Centro de Estudios de la Realidad Económica y Social). [Monitor de Actividad Turística](#). Previsión al 19 de diciembre de 2023.

³ UN DESA (United Nations Department of Economics and social Affairs), E-Government Development Index (EGDI), 2022.

instrumentos que coadyuven a la digitalización del sector turístico de ALC para reactivar la actividad bajo los nuevos contextos y responder a los retos sectoriales estructurales.

- 2.4 El [Índice de Competitividad en Viajes y Turismo](#) (*Travel & Tourism Competitiveness Index*), elaborado por el Foro Económico Mundial considera un subíndice, el *enabling environment*, ambiente apto o propicio para el desarrollo del turismo, que describe las condiciones necesarias para operar en un país. Uno de sus cinco pilares es la preparación tecnológica en turismo (ICT Readiness), que mide el grado de desarrollo y uso de la [infraestructura y los servicios digitales](#). Uruguay destaca en el puesto 29 en este pilar, a nivel global dentro de un universo total de 140 economías. Tales servicios podrían ser utilizados desde la planificación de itinerarios hasta en reservas de transporte y alojamiento. El predominio de micro, pequeñas y medianas empresas en el sector turístico de ALC suele significar la adopción tardía o la incorporación de tecnologías obsoletas, lo cual deja a las empresas fuera del radar de los mercados más dinámicos. Diversas investigaciones concluyen que el progreso tecnológico genera impacto positivo directo e indirecto en destinos turísticos, e influyen en su cadena de valor, mejorando su gestión, productos y gobernanza del destino. Los impactos indirectos están relacionados con un incremento en la comunicación entre los diferentes actores involucrados, planificadores de destino, lo que impacta positivamente en la comunidad local y la sostenibilidad del desarrollo turístico⁴.
- 2.5 A partir de la investigación realizada por el Banco en Uruguay, se observa que el bajo nivel de digitalización de las Mipyme turísticas y del sector público, se origina por una “desconexión” entre la demanda de soluciones y la oferta de las mismas⁵. Las causas que originan esta desconexión pueden resumirse, por el lado de la demanda, en las siguientes: (i) barreras de acceso para los operadores turísticos por falta de conocimiento de las soluciones existentes y su potencial para mejorar la productividad de la empresa, altos costos para su adquisición, (ii) falta de capacitación para manejo de soluciones digitales, y (iii) vacíos legales para protección de datos. En lo que respecta a la oferta: el estudio observa que la disponibilidad de soluciones digitales para el sector es aún limitada en Uruguay. Los incentivos y programas públicos que se realizaron para promover la innovación no siempre lo hacen dirigidos específicamente al sector turístico⁶, y en aquellos casos en que se han realizado algunas aplicaciones específicas para el sector, fueron de bajo alcance. De igual manera, se observa a nivel estratégico, que la agenda de Uruguay Digital 2025 tampoco contempla al sector turismo. La propia agenda de

⁴ Mandić, A. y Praničević, D. G. (2019) The Impact of ICT on Actors Involved in Smart Tourism Destination Supply Chain. e-Review of Tourism Research, 16(2/3). Disponible en <https://ertr-ojs-tamu.tdl.org/ertr/article/view/337>

⁵ El tipo de soluciones que se identifican están orientadas a Promoción y Marketing Digital; Reservas online; aplicaciones móviles para viajeros; Realidad Virtual y Aumentada para productos turísticos; Sostenibilidad y Ecoturismo; Big data y análisis de datos; Digitalización de servicios; Formación y Capacitación; Inteligencia Artificial y Gestión de DTI a través de Tecnologías de información.

⁶ Modo Digital no está destinado específicamente al sector turístico, pero podrían hacerse adaptaciones específicas.

[Desarrollo Turístico 2030](#) podría vincularse a la digitalización del sector, de manera tal de coadyuvar a alcanzar los objetivos de los tres ejes principales de dicha estrategia⁷. Desde el Ministerio de Turismo recientemente se comenzó a implementar un Observatorio de Turismo Inteligente, que está alimentando un sistema de datos con información proveniente de telefonía móvil y otras fuentes tradicionales. Con respecto al resto de las acciones públicas, Uruguay ha desarrollado Hubs de innovación con la ANII (Agencia Nacional de Investigación e Innovación), que buscan la aceleración de emprendimientos y escalamiento a nivel global y ha incluido al sector turístico dentro del préstamo Modo Digital con financiamiento BID (UR-L1174), ejecutado por ANDE (Agencia Nacional de Desarrollo). Poder poner la mira en innovaciones dirigidas al sector redundaría en más y mejor oferta de servicios asequibles. Finalmente, existen recursos provenientes del sector académico (licenciaturas en turismo y una diplomatura en herramientas digitales para turismo). Todo ello genera una red de iniciativas y organismos (públicos en su mayoría) que sirve de base para pensar una estrategia de inteligencia turística más amplia. Los operadores turísticos beneficiarios de estos programas públicos de incentivos deben estar registrados, siendo el desafío el subregistro actual (se estima que sólo un 60% de las empresas turísticas de diferentes subsectores están registradas como operadores), lo cual también dificulta la disponibilidad y uso de datos sobre el sector.

- 2.6 El BID, a partir del programa Turismo Futuro, está impulsando una red de destinos turísticos inteligentes en la región, promoviendo acciones de asistencia (entre las que se cuenta la identificación de soluciones tecnológicas para apoyo en la solución de brechas sectoriales en los destinos). En Uruguay, se realizó un diagnóstico de la ciudad de Montevideo y se formuló una estrategia para desarrollarla como Destino Turístico Inteligente (DTI) con cuatro objetivos específicos, en materia de: conectividad; madurez digital; rentabilidad del destino y empresas turísticas; y seguridad de visitante. De esta forma, surge la necesidad de: mejorar la conectividad con wifi gratuito en zonas de interés turístico, mejorar la adopción de soluciones digitales por parte del sector público y privado; consolidar una base sólida de información, cooperación y comprensión para fortalecer el sector turístico por medio del uso inteligente de información; y fortalecer los sistemas de información de seguridad para el visitante. Las barreras identificadas en los ejes de madurez digital, rentabilidad del destino y empresas turísticas son similares tanto en el programa Turismo Futuro para Montevideo como en el estudio realizado por el BID sobre Brechas de innovación para todo el territorio uruguayo para turismo 4.0. Asimismo, a través del BID Lab, mediante la cooperación Técnica RG-T4013 [“Economía del Dato justa e inclusiva en ALC; promoviendo la innovación y competitividad de las PYME”](#) se identificaron las mismas razones para justificar los bajos niveles de adopción digital, y se está trabajando en el desarrollo de estrategias y habilidades para la explotación de datos en diversos sectores. Este antecedente es importante ya que

⁷ Eje 1: planificación, gestión del territorio y diversificación de oferta turística; Eje 2: Empleo, emprendedurismo y formación e inclusión social; y Eje 3: Marketing, promoción y comunicación.

abarca al sector turismo entre otros. Sin embargo, aún son pocas las empresas del sector que participan de este programa en Uruguay. El Banco, complementariamente, apoyó a través de KIC con formación a la UTEC (Universidad Tecnológica del Uruguay) en programas de tecnología e industrias creativas, para reforzar las capacidades universitarias.

III. Objetivos y Justificación de la CT

- 3.1 El **objetivo general** de esta cooperación técnica es generar conocimientos para una nueva operación en el marco de la CCLIP UR-O1149 que promueva el desarrollo del turismo 4.0 en los destinos emergentes de Uruguay. Como **objetivos específicos**, esta CT se propone: (i) desarrollar una estrategia e instrumentos escalables para aumentar la madurez digital del sector turístico en Uruguay; y (ii) implementar un laboratorio de apoyo al turismo 4.0, aplicando y ajustando en forma piloto los instrumentos diseñados. Se espera con esto democratizar el acceso a la tecnología para promover un Turismo 4.0 sostenible e inclusivo, con la intención de contribuir a una mayor competitividad como destino. La ejecución de esta cooperación técnica permitirá contar con más conocimiento y herramientas probadas al momento del diseño del préstamo de inversión, generando un ahorro en materia de tiempos y costos para el país.
- 3.2 **Alineación Estratégica:** Esta cooperación técnica se alinea con la nueva [Estrategia del Grupo BID 2024-2030](#), Transformación para una Mayor Escala e Impacto (CA-631) especialmente con los ejes de Impulso a un crecimiento regional sostenible, y abordaje del cambio climático. Entre las áreas de enfoque operativo, se alinea con Desarrollo productivo e innovación por medio del sector privado al promover el aumento en el uso de servicios digitales por parte pública y privada; Capacidad institucional, estado de derecho y seguridad ciudadana al contribuir a la digitalización del sector público en lo que a turismo refiere; y Biodiversidad, Capital Natural y Acción por el Clima considerando que el turismo inteligente promueve mejor conservación de los ecosistemas; e Igualdad de género e inclusión de grupos de población diversos al procurar acciones que tiendan a cerrar brechas entre géneros en materia de digitalización del sector. Respecto al Marco Sectorial de Turismo (GN-2779-12), esta CT refuerza el conocimiento de factores *push* como la digitalización del sector. Se alinea asimismo con los objetivos y actividades de la Ventanilla 2, Área Prioritaria 1: Cambio climático y sostenibilidad (W2A) del Programa Estratégico para el Desarrollo Financiado con Capital Ordinario (OC SDP GN-2819-14) al promover oportunidades para el turismo, que es un sector que depende directamente de ecosistemas funcionales y saludables. Asimismo, se alinea con la Estrategia del Grupo BID para Uruguay 2021-2025 (GN- 3056): con el eje de Desarrollo Productivo Sostenible, en el cual se considera al turismo como un sector fundamental de exportación de servicios.

IV. Descripción de las actividades/componentes y presupuesto

- 4.1 **Componente I: Estrategia para desarrollo de Turismo 4.0 en Uruguay.** Este componente tiene como objetivo desarrollar un camino crítico para lograr mayor

madurez digital del sector turístico, cerrando la brecha entre la oferta y demanda de soluciones digitales. Esta estrategia contemplará objetivos y acciones de corto, mediano y largo plazo y sus costos estimados (plan de preinversión), dirigidas a los principales actores del sector turístico y relacionados, como el tecnocreativo, tanto públicos como privados, para la incorporación creciente de tecnologías al servicio del turismo. Entre los ejes a considerar se incluirán, entre otros: (i) incorporación de infraestructura tecnológica; (ii) desarrollo y cultura de habilidades digitales; (iii) gestión de datos (calidad y seguridad); (iv) innovación y agilidad a nivel organizacional; (v) experiencia de cliente, entre otros. Se abordarán los principales incentivos para que las Mypimes inicien el camino de adopción digital, y acciones de promoción relacionadas. Para ello, se propone: a) realizar talleres con actores públicos y privados, y del sector académico para acordar la teoría de cambio, objetivos, resultados y acciones a realizar en un plazo de 5 años para acompañar el plan de desarrollo turístico 2030, apoyar el desarrollo de turismo 4.0, y validar la estrategia; b) identificar y acordar recursos público/privados, áreas con responsabilidad primaria y áreas de colaboración y un esquema de gobernanza para ordenar los esfuerzos durante el proceso, y c) identifica el/los territorio/s de intervención para el laboratorio o piloto, de acuerdo con criterios tales como: relevancia turística, la consideración del destino como 'emergente' (en el marco de la CCLIP vigente), la presencia de un tejido empresarial dinámico y representativo del sector (mayoritariamente Mipyme), institucionalidad y equipos de trabajo disponibles a nivel público y privado, viabilidad técnica, económica y socioambiental, escalabilidad de la experiencia, entre otros, d) realizar un diagnóstico inicial del nivel de madurez en los destinos emergentes potenciales seleccionado, e) identificar brechas que dificultan la equidad entre géneros y la participación de minorías en el uso de tecnología aplicada al turismo; y f) diseñar una metodología de evaluación del piloto con perspectiva de género, y evaluarlo. Como resultado de este componente se tendrá la estrategia diseñada y validada por las partes, y la selección del territorio en donde aplicar el laboratorio o piloto, y un diagnóstico de base y metodología de evaluación diseñada.

- 4.2 **Componente II: Laboratorio de apoyo al Turismo 4.0.** El objetivo de este componente es implementar una experiencia piloto de apoyo al sector privado (empresas turísticas y su cadena -Rameras Características del Turismo, así como Industrias Creativas y otras ramas vinculadas) y fortalecer la capacidad del sector público para poder diseñar y ejecutar políticas y programas utilizando inteligencia turística, contando con una experiencia que valide la estrategia desarrollada. Este piloto se llevará adelante en el territorio seleccionado según indicado en el componente I y se probará un menú de intervenciones con las debidas evaluaciones para poder determinar su viabilidad, resultados y eventuales impactos. Para ello, se prevé realizar en articulación con otras organizaciones (nacionales y subnacionales vinculadas al Turismo, ANDE, ANII, Cámaras del sector privado, Universidades, entre otros) las actividades incluidas en la estrategia, entre las cuales se cuentan, entre otras: a) revisión y adaptación de paquetes de herramientas digitales aplicadas al sector y acciones de capacitación digital para apalancar sus competencias tecnológicas, b) análisis de marco normativo vigente y recomendaciones para

recolección y compartición de datos de manera segura; c) propuesta de simplificación del registro de operadores y/o de asistencia a empresas para registrarse, d) promover el apoyo a soluciones para el sector de parte del ecosistema innovador, e) asistencia técnica a áreas públicas para generación y uso de información inteligente que pueda servir de base para un observatorio. La ejecución de todas estas actividades incluirá las acciones que promuevan la equidad entre géneros e inclusión de diversidades identificadas para el diseño de la estrategia. Para el desarrollo de estas actividades y la implementación del piloto en territorio, se contratará una consultora, que trabajará en articulación con el coordinador del proyecto y con las organizaciones públicas y privadas antes mencionadas que colaboren en la implementación de la estrategia con recursos financieros, técnicos y conocimiento.

- 4.3 El costo total de la CT es de US\$250.000, financiado por el Programa Estratégico para el Desarrollo, Capital Ordinario, Ventanilla (OC SDP) Ventanilla 2, Área prioritaria 1: Cambio climático y sostenibilidad ambiental (W2A) (GN-2819-14). El período de ejecución será de 24 meses, y el de desembolsos de 27 meses. No se requerirá contrapartida local. Se realizará una evaluación al final del período de desembolsos con el objetivo de corroborar los resultados logrados vis a vis la matriz de resultados (ver Anexo II).

Presupuesto Indicativo

Actividad / Componente	Descripción	BID/OC	Total (USD)
Componente I: Estrategia para Desarrollo de Turismo 4.0	Diseño y validación de estrategia	25.000	50.000
	Metodología de evaluación y evaluación final del piloto	25.000	
Componente II: Laboratorio de Apoyo al Turismo 4.0	Adaptación de kit de herramientas digitales y currícula de formación digital para empresas turísticas	22.050	147.000
	Análisis de marco normativo vigente y propuesta para recolección y compartición de datos	14.700	
	Propuesta de simplificación de registro de operadores turísticos	14.700	
	Instrumentos de apoyo a emprendedores tecnológicos para turismo 4.0	44.100	
	Asistencia técnica para implementación del piloto en territorio.	51.450	
Coordinación	Coordinación y sistematización de la experiencia.	53.000	53.000
Total			250.000

V. Agencia Ejecutora y mecanismos de ejecución

- 5.1 El Banco Interamericano de Desarrollo (BID) a través de la Representación de Uruguay será el organismo ejecutor de la CT, para garantizar la coordinación entre los diferentes actores públicos y privados a nivel nacional y subnacional. Se da respuesta a la solicitud del beneficiario, que considera que la ejecución de parte del Banco promoverá la mejor articulación entre las partes y aportará capacidad y conocimiento para lograr resultados en los tiempos necesarios y con insumos para una estrategia de digitalización del sector, enmarcando este pedido en la OP-619-4. El impulso a la digitalización sectorial es un desafío compartido por varias áreas públicas, entre ellas las carteras destinadas a Turismo, ANDE, ANII, y las Universidades entre otros. Asimismo, es impulsado por las cámaras sectoriales, las cuales velan por fortalecer la red de operadores, la calidad de la prestación, la eficiencia como coadyuvantes del desarrollo del sector. La responsabilidad técnica de supervisión de la operación corresponderá los especialistas del sector turístico de la División de Recursos Naturales y Gestión de Riesgos por Desastres (CSD/RND), en consulta y articulación con IFD/CTI y KIC/ICD. Se contará con el apoyo de un coordinador que articulará todas las actividades, y sistematizará la experiencia.
- 5.2 Esta cooperación técnica fue incluida en el CPD 2024, y cuenta con la no objeción del Gobierno, según se comunica en la nota del Ministerio de Economía y Finanzas del 9 de mayo de 2024, incluida como Anexo I.
- 5.3 En lo referente a adquisiciones, el Banco contratará los servicios de consultores individuales (de acuerdo a política AM-650), firmas consultoras y servicios diferentes de consultoría de conformidad con las políticas y procedimientos vigentes en el Banco. El 22 de noviembre de 2023, el Directorio Ejecutivo aprobó la “Política Corporativa de Adquisiciones del BID” (GN-2303-33). Esta política entrará en vigor el 1 de julio de 2024. Esta nueva política reemplaza las políticas actuales contenidas en los documentos GN-2303-28 y GN- 2765-4. Por lo tanto, a partir del 1 de julio de 2024, toda contratación de firmas de consultoría y servicios logísticos y otros servicios distintos a la consultoría se realizará siguiendo esta nueva Política (GN-2303-33) y sus lineamientos asociados.
- 5.4 Propiedad Intelectual: Los productos de conocimiento que se generen en el marco de esta cooperación técnica serán de propiedad del Banco y podrán colocarse a disposición del público bajo licencia de Creative Commons. No obstante, a solicitud del beneficiario, se podrá también licenciar la propiedad intelectual de dichos productos al beneficiario.

VI. Riesgos importantes

- 6.1 No se identifican mayores riesgos para esta CT, a excepción de alguna falla en la coordinación entre los actores involucrados y partes interesadas. Asimismo, puede identificarse como un riesgo un eventual bajo grado de compromiso o de sostenimiento en el tiempo de una masa crítica de operadores turísticos interesados en incorporar tecnologías a sus emprendimientos. Para mitigar lo expuesto: (i) el establecimiento por escrito (en la instancia de talleres iniciales) de un compromiso público-privado de todos los actores con el esquema de gobernanza que se defina; y (ii) el Banco ejecutará directamente las principales actividades de la CT, junto con socios estratégicos (Ministerio de Turismo, ANII, ANDE, CAMTUR, sector académico), garantizando máxima difusión y procurando convocatorias robustas, así

como llevando a cabo seguimiento de los distintos procesos, dentro del mencionado esquema de gobernanza.

VII. Excepciones a las políticas del Banco

7.1 Ninguna.

VIII. Aspectos Ambientales y Sociales

8.1 Esta CT no financiará estudios de factibilidad o prefactibilidad de proyectos de inversión con estudios ambientales y sociales asociados; por lo tanto, está excluida del alcance del Marco de Política Ambiental y Social (MPAS) del Banco.

Anexos Requeridos:

[Solicitud del Cliente_34536.pdf](#)

[Matriz de Resultados_6992.pdf](#)

[Términos de Referencia_46611.pdf](#)

[Plan de Adquisiciones_91473.pdf](#)