



## TÉRMINOS DE REFERENCIA

### CONSULTORÍA: ESTUDIO DE MERCADO PARA LA IDENTIFICACIÓN Y COLOCACIÓN DE PAPAS NATIVAS Y OTROS PRODUCTOS, EN MERCADOS DIVERSIFICADOS EN COCHABAMBA, SANTA CRUZ Y LA PAZ

#### 1. Denominación de la consultoría

Estudio de mercado para la identificación y colocación de papas nativas y otros productos, en mercados diversificados en Cochabamba, Santa Cruz y La Paz.

#### 2. Antecedentes

HELVETAS Swiss Intercooperation - Bolivia es una organización independiente para el desarrollo, con sede en Suiza y con organizaciones afiliadas en Alemania y los Estados Unidos, está presente en 30 países en desarrollo y en transición desde África, Asia, América Latina y Europa del Este. Asimismo, apunta a mostrar un cambio progresivo de rol de la institución tanto en Bolivia como globalmente hacia la facilitación, la incidencia y asistencia técnica altamente especializada (asesoramiento temático) y el desarrollo del mandato humanitario.

En Bolivia, el objetivo general del programa país está dirigida a contribuir a mejorar las oportunidades de desarrollo y las condiciones de vida de la población en desventaja, vulnerable y en condición de pobreza, en ámbitos rurales y urbanos, siendo su meta lograr que los principales actores de cambio (jóvenes, mujeres, pequeños productores, empresarios y organizaciones de la sociedad civil) logren incidir en la política pública, sobre todo a nivel local, para alcanzar un desarrollo integral, sostenible y resiliente de sus territorios, para lo cual priorizamos alianzas multiactor y multinivel para vincular a la sociedad civil, los gobiernos y el sector privado.

En la gestión 2020, HELVETAS Swiss Intercooperation - Bolivia, con el financiamiento de Zweifel y la Fundación Ehmman Stiftung Savognin, inicia la ejecución del proyecto denominado "Papas Nativas - Un verdadero valor para las familias de las tierras altas de Bolivia", con el propósito, a mediano plazo, que "Las familias bolivianas de productores/as de sistemas productivos basados en papas nativas en el departamento de Cochabamba contribuyan a un sistema alimentario sostenible e inclusivo en la cuenca alimentaria que articula el área rural y urbana, aumentando su capacidad de resiliencia y la mejora de sus ingresos". Siendo una de las características del proyecto trabajar con toda la cadena de valor de papas nativas, con todos los actores e instituciones involucrados, promoviendo articulaciones público - privada además de generar entornos favorables para su desarrollo.

En este marco, el efecto 1 del proyecto define lograr que *"Los sistemas productivos basados en las papas nativas y sus vínculos a mercados diversificados mejoren (factores de empuje)"*. Siendo una de

las actividades estratégicas “Asesoramiento y asistencia técnica en la implementación de modelos de negocio”, con estrategias posicionamiento.

## 2.1 Justificación

En la gestión 2020, durante el primer año de ejecución del proyecto, se desarrolló la identificación, diagnóstico y elaboración de modelos de negocio de cuatro organizaciones de productores de los municipios de Colomi y Morochata. La intención para la gestión 2021, como parte de su fortalecimiento y consolidaciones, es respaldar la implementación de sus modelos de negocio para que logren visibilidad y ampliar mercados para ofrecer los productos que producen a nivel nacional mejorando sus ingresos.

## 2 Objetivos de la consultoría

La consultoría plantea como objetivo general y específicos:

### 3.1 Objetivo general

Desarrollar una búsqueda de mercados diversificados, para la colocación y acompañamiento en la comercialización de papas nativas, como producto principal, y oca, papalisa, haba, como productos secundarios, en las ciudades de Cochabamba, Santa Cruz y La Paz en favor de cuatro asociaciones productoras de Cochabamba.

### 3.2 Objetivos específicos

- Identificar al menos cuatro mercados diversificados
  - a. Desarrollar una ficha técnica comercial de cada producto y organización
  - b. Desarrollar una base de datos real de los potenciales mercados (nombre, teléfono, dirección, persona de contacto, volúmenes de interés, giro de negocio, presentación del producto, otros) que debe estar sujeta a supermercados, mercados especializados, restaurants, emprendimientos privados pequeños y grandes
- Concretar al menos tres ventas comerciales
  - a. Entrega de muestras clientes potenciales (recepción y retroalimentación de los resultados)
  - b. Lista de intención de compra
  - c. Realizar el acompañamiento en las tres primeras entregas y retroalimentar a las asociaciones sobre las mejoras y cambios que cada organización debe realizar para mantener la demanda de los potenciales clientes identificados.
- Generar una estrategia comercial y de promoción:
  - a. Desarrollar una cartera de productos en base a la demanda identificada, que defina cantidad, producto, presentación y otros.
  - b. Identificar las características de la demanda segmentada por cliente potencial.

- c. Identificar a la competencia (quiénes son, qué productos ofertan, marca, tipo de presentación, precios, otros)
- d. Desarrollo de una matriz con ventajas competitivas y comparativas de cada una de las organizaciones en relación con la competencia.

Para el desarrollo de los objetivos específicos se debe tomar como base los modelos de negocio, el diagnóstico de las organizaciones desarrollados anteriormente para conocer el giro de negocio de cada asociación.

#### 4. Productos esperados

Los productos para entregar con la ejecución del servicio de consultoría son:

- Producto 1** Plan de trabajo o ruta crítica concertado con HELVETAS, que establezca la metodología y procedimientos de implementación del servicio, considerando los objetivos planteados de la consultoría y características señaladas y cronograma de actividades.
- Producto 2** Herramientas de marketing y comunicación definidas considerando las características y el contexto de las organizaciones productivas y sus productos- Se debe coordinar un trabajo conjunto con especialistas de HELVETAS en la temática, **desarrollar una estrategia de comercialización, posicionamiento en el mercado a través de una marca de identidad.**
- Producto 3** Lista de intenciones de compra, la mismo debe ser socializada y coordinada con las asociaciones para su articulación comercialización, con el acompañamiento de HELVETAS
- Producto 4** Socialización de los resultados del estudio de mercado, transferencia de la estrategia de comercialización, incluyendo recomendaciones, conclusiones de la articulación real.
- Producto 5** Documento de estrategia comercial y de promoción socializado y validado con las cuatro organizaciones de productores y HELVETAS, más un Manual de Procedimiento para su implementación y mejor entendimiento de las organizaciones de productores.
- Producto 6** Desarrollo una cartera de productos.

## 5. Medios de verificación de los productos esperados

Los medios de verificación para cada uno de los resultados propuestos a alcanzar se podrán constatar a través de documentos, memorias de actividades, lanzamiento por redes sociales, listas de asistencia, fotografías, notas de recepción, notas de aceptación, informes técnicos revisados y otros que considere el/la consultor/a o empresa.

## 6. Principales actividades referenciales

Las principales actividades para realizar y su correspondiente alcance se presentan en el siguiente cuadro:

| N° | Actividades  |
|----|--|
| 1  | Elaboración de un Plan de trabajo, incorporando la metodología y cronograma de actividades a desarrollar concertada con la institución contratante.  |
| 2  | Definición de criterios, selección de herramientas de marketing y comunicación que se adecuen con las características de las organizaciones productivas, productos y contexto del mercado actual, en trabajo coordinado con las especialistas en desarrollo de sistemas de mercado y emprendimientos de HELVETAS   |
| 3  | Colaborar con el trámite de RAU a la organización APRA   |
| 4  | Desarrollo de las fichas técnicas por producto y por asociación.   |
| 5  | Identificación y listado de potenciales clientes, acercamiento y entrega de muestras   |
| 6  | Colocación real de productos en el mercado   |
| 7  | Organización, definición de contenidos y puesta en marcha de cuatro espacios participativos presenciales que aborden las siguientes temáticas: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Socializar y validar modelos de negocio, diagnóstico y estrategia de fortalecimiento organizativos, generados en la gestión 2020.</li> <li>- Afinar propuesta de valor de sus modelos de negocio.</li> <li>- Definir costos de producción, análisis de sus movimientos de venta y compra.</li> <li>- Generar visión compartida</li> <li>- Estrategia comercial</li> <li>- Desarrollar una marca con identidad</li> </ul> |
| 8  | Elaborar un documento de estrategia comercial y manual de procedimiento para su implementación.  |
| 9  | Diseñar y generar un catálogo de productos   |

Las actividades descritas en el cuadro anterior son indicativas y no limitativas, pudiendo el/la consultor/a además, desarrollar otras actividades y/o temáticas que considere pertinentes.

## 7. Tiempo de la consultoría

La consultoría tendrá un plazo de 60 días calendario, contabilizados a partir del primer día hábil de suscripción del contrato.

## 8. Perfil requerido

Para el desarrollo de los productos de la consultoría se requiere que el/la consultor, la empresa u otros tenga el siguiente perfil:

Que tenga una experiencia específica de al menos 10 años

- Estudios de mercado y colocación real de productos
- Elaboración y gestión de estrategias comerciales o de marketing.
- Desarrollo de espacios participativos con organizaciones de productores/as
- Gestión marcas, cartera de productos de la agricultura familiar.
- Que tengan experiencias en la colocación de productos masivos
- Conocimiento del funcionamiento de mercados, supermercados, restaurants y otros

## 9. Monto referencial

El monto referencia para esta consultoría asciende a Bs. 40.000.- (cuarenta mil 00/100 bolivianos).

## 10. Remuneración, impuestos y modalidad de pago

El pago se realizará en tres cuotas, las mismas que se detallan a continuación:

- **Primer pago:** 30% a la aprobación del producto 1. A la primera semana de firma del contrato.
- **Segundo pago:** 30% a la aprobación de los productos 2, 3 y 4. Al finalizar los 30 días.
- **Tercer pago:** 40% a la aprobación de los productos 5 y 6. Al finalizar los 55 días.

Un producto se considera aprobado, solo si cumple las condiciones establecidas en estos términos de referencia y plan de trabajo concertado con HELVETAS.

Para proceder con los pagos de honorarios al consultor/a deberá presentar una copia del pago de aportes a la AFP que corresponda, una copia del carnet de asegurado a algún seguro público de salud a nivel nacional y deberá emitir en cada pago una Factura original por los servicios prestados a nombre de HELVETAS Swiss Intercooperation, con NIT N° 286350020, de no emitir la correspondiente factura, la institución actuará como agente de retención de impuestos de acuerdo a Ley.

El consultor/a también deberá presentar una copia de algún seguro de accidentes personales que tenga con una empresa aseguradora. De no contar con el seguro de accidentes y en caso de alguna eventualidad, el/la consultor/a correrá con los costos derivados si existiera algún siniestro.

Se establece de común acuerdo, que el incumplimiento en los plazos de entrega de los productos o el plazo para la entrega del producto final por parte de el/la consultor/a, será pasible a sanción del 1% del monto total de la consultoría por cada día de retraso, esta retención se realizará del importe total a ser cancelado y el mismo será retenido en el momento del pago. La suma de las multas no podrá exceder en ningún caso el veinte por ciento (20%) del monto total del contrato, caso contrario será causal de resolución del mismo.

### **11. Supervisión**

La supervisión, el control de calidad de los productos de la consultoría serán realizados por Tania Aslla – Especialista en Desarrollo de Sistemas de Mercados y Coordinadora del Proyecto PASOS. La aprobación de los informes de entrega de los productos definidos en el punto 4 será se realizada con Susana Mejillones - Coordinadora del Proyecto Papa Nativa.

### **12. Propiedad intelectual de los productos**

Todos los productos generados bajo los términos del contrato con el consultor/a, son de propiedad de HELVETAS.

Además, los materiales producidos (documentos escritos, informes, experiencia sistematizada, gráficos, videos, memoria fotográfica y otros, tanto en medio físico como electrónico, por el/la consultor/a en el desempeño de sus funciones, pasará a ser propiedad del Proyecto.

### **13. Informes**

El/la consultor/a, realizara tres informes de cumplimiento de productos, adjuntando las fuentes de verificación. A través de los cuales, con visto bueno de HELVETAS, se procederá a solicitar desembolso con un informe de parte de la Coordinadora del proyecto Papas Nativas dirigido al área de administración de HELVETAS.

### **14. Presentación de propuesta**

Las/os interesadas/os deberán presentar su propuesta la cual deberá contener:

1. Carta de interés dirigida a Susana Mejillones, coordinadora del Proyecto Papa Nativa.
2. Currículum Vitae que refleje formación, experiencia y conocimientos requeridos.
3. Propuesta técnica.

4. Propuesta económica.
5. Copia de NIT (deseable).
6. Copia de cédula de identidad del representante legal/consultor/a, empresa.
7. Copia de seguro de salud público a nivel nacional (excluyente)
8. Copia de su NUA o certificado de no adeudo con la AFP.
9. En caso de empresa u otros, copia de su registro de FUNDEMPRESA o documento que acredite su legalidad

#### **15. Fecha límite de entrega de propuesta**

Las/los interesadas/os en prestar el servicio, deberán hacer llegar su nota de manifestación de interés, acompañando su propuesta técnico-económica al siguiente correo electrónico [susana.mejillones@helvetas.org](mailto:susana.mejillones@helvetas.org) hasta las 23:00 horas del viernes 1ro. de octubre del año en curso.

La Paz, septiembre de 2021