

Términos de Referencia

Consultoría de mapeo y análisis de los sistemas de mercado en la comercialización y consumo de ensaladas, jugos de fruta y jugos de quinua en las ciudades de La Paz y El Alto

1. Antecedentes

El proyecto Mercados inclusivos es una iniciativa de la Cooperación Sueca y de la Cooperación Suiza en Bolivia, ejecutado por las Fundaciones Swisscontact y PROFIN. El propósito del proyecto es: “Contribuir al bienestar de hombres y mujeres que participan en los sistemas agroalimentarios en el área rural, periurbana y urbana de Bolivia en armonía y equilibrio con la Madre Tierra”.

Se ha asumido el desafío de aportar temáticamente a la **intensificación de la agricultura agroecológica, al consumo consciente y a la inclusión social para incrementar**, las capacidades de resiliencia de hombres y mujeres que participan en los sistemas alimentarios de áreas rurales y periurbanas de Bolivia.

Operativamente está presente en altiplano, valles y en tierras bajas con los siguientes componentes: a) Acceso a mercados, b) Acceso a servicios, insumos y tecnología; c) Acceso a servicios financieros y seguros, d) Mejora de la gestión pública inclusiva, e) Empoderamiento de mujeres, f) Comunicación y gestión de conocimientos.

En las ciudades de La Paz y El Alto existe un importante número de pequeños negocios móviles que venden en las calles desde primeras horas de la mañana una oferta variada de quinua con manzana y avena con leche, entre otros, este servicio llega a la población de ambas ciudades.

Por otra parte, en los mercados municipales de ambas ciudades existen negocios (kioscos y puntos de venta) de ensaladas y jugos de frutas, incluidos los “super vitamínicos” que son preparados con base en frutas y hortalizas de temporada y tienen una amplia variedad de preparaciones y mezclas, brindando un servicio de alimentación a la población durante todo el día.

Esos negocios en su mayoría son manejados y administrados por mujeres que brindan una oferta variada de alimentos donde se utilizan granos andinos, cereales, frutas y hortalizas, llegando a un importante número de personas consumidoras en las ciudades de La Paz y El Alto.

Desde el Proyecto Mercados Inclusivos se pretende realizar un mapeo y análisis de esos pequeños negocios que ofertan un servicio de alimentación a la población consumidora de las ciudades de La Paz y El Alto, se ve que puede existir una contribución importante de esas mujeres que lideran los negocios como promotoras potenciales de la alimentación saludable, consumo consciente y también puede ser una oportunidad de incrementar las ventas de esos negocios.

En este sentido, se requiere contratar una consultoría de acuerdo con lo establecido en los términos de referencia.

2. Objetivo General

Realizar un mapeo y análisis de los sistemas de mercado en la comercialización y consumo de ensaladas, jugos de fruta y jugos de quinua en las ciudades de La Paz y El Alto.

2.1 Objetivos Específicos

- a. Efectuar un mapeo y caracterización de los pequeños negocios móviles que venden en las calles desde primeras horas de la mañana una oferta de quinua con manzana y avena con leche, entre otros en las ciudades de La Paz y El Alto.
- b. Realizar un mapeo y caracterización de los negocios (kioscos y puntos de venta) de ensaladas y jugos de frutas, incluidos los “super vitamínicos” que son preparados con frutas y hortalizas de temporada y tienen una amplia variedad de preparaciones y mezclas en las ciudades de La Paz y El Alto.
- c. Elaborar una caracterización de las/os consumidores que acceden a los servicios de los negocios mencionados en las ciudades de La Paz y El Alto.
- d. Identificar y analizar oportunidades para el fortalecimiento de los negocios y su potencial para la promoción de la alimentación saludable y consumo consciente.

3. Alcance y actividades generales

3.1 Mapeo y caracterización de los pequeños negocios móviles que venden en las calles desde primeras horas de la mañana una oferta de quinua con manzana y avena con leche, entre otros.

- Mapeo mediante fuentes de información secundaria sobre los pequeños negocios móviles, incluidas fuentes oficiales de los GAM (La Paz y El Alto) y asociaciones o gremios que a los que pertenecen.
- Proponer y tomar una muestra representativa para la caracterización de los pequeños negocios móviles, tomando en cuenta lo siguiente:
 - ✓ Georefenciación del negocio en coordenadas UTM.
 - ✓ Descripción de la oferta que comercializa (inversión realizada, tipos de productos que vende, precios de venta, abastecimiento de insumos, cantidades comercializadas, entre otros).
 - ✓ Descripción de proceso de producción y comercialización (incluido el número de personas que intervienen, días de mayor venta, innovaciones que considera que realiza y percepción sobre las/os consumidores o clientes “caseras/os”).
 - ✓ Acceso al sistema financiero (créditos) u otras modalidades de acceso a crédito o préstamos existentes.
 - ✓ Elaboración de una base de datos con la información.
- Descripción si tienen permisos municipales, pago de patentes y si cuentan con carnet sanitario (SEDES).
- Análisis de los actores institucionales u otros actores que facilitan o limitan el desarrollo de estos pequeños negocios móviles.
- Los insumos obtenidos en la fase de campo se deberá realizar la caracterización de los pequeños negocios móviles que permita una descripción y análisis cuali-cuantitativo.

3.2 Mapeo y caracterización de los negocios (kioscos y puntos de venta) de ensaladas y jugos de frutas, incluidos los “super vitamínicos”.

- Mapeo mediante fuentes de información secundaria sobre los negocios (kioscos y puntos de venta), incluidas fuentes oficiales de los GAM (La Paz y El Alto) y asociaciones o gremios que a los que pertenecen.

- Proponer y tomar una muestra representativa para la caracterización de los negocios (kioscos y puntos de venta), tomando en cuenta lo siguiente:
 - ✓ Descripción de la oferta que comercializa (inversión realizada, tipos de productos que vende, precios de venta, abastecimiento de insumos, cantidades comercializadas, entre otros).
 - ✓ Descripción de proceso de producción y comercialización (incluido el número de personas que intervienen, días de mayor venta, innovaciones que considera que realiza y percepción sobre las/os consumidores o clientes “caseras/os”).
 - ✓ Acceso al sistema financiero (créditos) u otras modalidades de acceso a crédito o préstamos existentes.
 - ✓ Elaboración de una base de datos con la información.
- Descripción si tienen permisos municipales, pago de patentes y si cuentan con carnet sanitario (SEDES).
- Análisis de los actores institucionales u otros actores que facilitan o limitan el desarrollo de estos negocios (kioscos y puntos de venta)
- Los insumos obtenidos en la fase de campo se deberá realizar la caracterización negocios (kioscos y puntos de venta) que permita una descripción y análisis cuali-cuantitativo.

3.3 Caracterización de las/os consumidores que acceden a los servicios de los negocios mencionados en las ciudades de La Paz y El Alto.

- Proponer y tomar una muestra representativa para las entrevistas a las/os consumidores que acceden a los servicios de los negocios mencionados.
- Identificación de las preferencias de las/os consumidores, nuevos productos que sugiere incorporar, disponibilidad de pago por los nuevos productos, disposición a recibir más información sobre alimentación saludable y consumo consciente.
- Elaboración de una base de datos con la información.
- Análisis de las tendencias de las/os consumidores que acceden a los servicios de los negocios.

3.4 Identificación y análisis de oportunidades para el fortalecimiento de los negocios y su potencial para la promoción de la alimentación saludable y consumo consciente.

- Identificación de oportunidades para el fortalecimiento de los negocios, sobre todo aquellos que contribuyan al empoderamiento de las mujeres.
- Identificación de oportunidades para que los negocios puedan contribuir en la promoción de la alimentación saludable y consumo consciente.
- Análisis de las oportunidades para el fortalecimiento de los negocios para un mayor crecimiento y su potencial para la promoción de la alimentación saludable y consumo consciente.

4. Productos de la consultoría

- 4.1 Diseño metodológico completo para la realización de la consultoría a los **7 días calendario** a partir de la firma de contrato.
- 4.2 Informe borrador que contenga **cuatro capítulos independientes: a)** Mapeo y caracterización de los pequeños negocios móviles que venden en las calles, **b)** Mapeo y caracterización de los negocios

(kioscos y puntos de venta) de ensaladas y jugos de frutas, **c)** Caracterización de las/os consumidores que acceden a los servicios de los negocios mencionados en las ciudades de La Paz y El Alto y **d)** Identificación y análisis de oportunidades para el fortalecimiento de los negocios y su potencial para la promoción de la alimentación saludable y consumo consciente, a los **30 días calendario** a partir de la firma de contrato. Se deberá realizar una presentación de este producto.

4.3 Informe final que contenga **cuatro capítulos independientes** (citados anteriormente), a los **40 días calendario** a partir de la firma de contrato. Se deberá realizar una presentación de este producto.

5. Duración

Los servicios de consultoría tendrán una duración de **40 días calendario**.

6. Supervisión

Los servicios de consultoría estarán bajo la supervisión del personal designado por el Proyecto Mercados Inclusivos.

7. Modalidad de contratación

La modalidad de contratación será consultoría por producto a todo costo (incluye impuestos y todos los gastos que se requieran para realizar la consultoría).

8. Perfil requerido para las empresas consultoras o equipo de consultoras/es

Empresa o equipo de consultoras/es con formación en áreas de ingenierías, áreas administrativas o económicas u otros con experiencia en:

- a) Experiencia de cuatro años en desarrollo económico y trabajo con MyPE u organizaciones del sector gremial o asociativo en el sector agroalimentario.
- b) Experiencia en tres años de coordinación con instituciones públicas y/o privadas vinculadas al desarrollo productivo y rural.
- c) Amplia experiencia en facilitación de procesos y acciones de comercialización, acceso a mercados de productos agroalimentarios.
- d) Será altamente valorada la **experiencia de trabajo en mercados municipales con grupos asociativos y gremiales o haber realizado estudios en mercados municipales (sector alimentos o gastronomía)**.

9. Forma de pago

El monto total convenido en la consultoría se pagará en **tres pagos**:

- Primer pago 30% a la entrega y aprobación del producto 4.1.
- Segundo pago 50% a la entrega y aprobación del producto 4.2.
- Tercer pago 20% a la entrega y aprobación del producto 4.3.

Todos los productos deberán ser aprobados por el Proyecto Mercados Inclusivos.

10. Consultas previas a la presentación de propuestas

En caso de tener consultas sobre la convocatoria, deberán hacer llegar las mismas hasta el **viernes 08 de julio (hrs. 16:00)** al siguiente correo electrónico:

convocatorias@swisscontact.org

11. Documentos y propuesta técnica – económica

Las empresas consultoras o equipos de consultoras/es deberán presentar la siguiente documentación:

- a) Carta de presentación de la propuesta
- b) Propuesta técnica y económica
- c) Hoja de vida de la empresa o de consultoras/es (No documentada)
- d) Poder de Representación Legal (para Empresas)
- e) Número de Identificación Tributaria (NIT)
- f) Registro de Comercio FUNDEMPRESA (SEPREC)

12. Presentación de la propuesta técnica y económica

Las propuestas serán recibidas por correo electrónico en la siguiente dirección:

convocatorias@swisscontact.org

Deberán presentar sus propuestas técnicas y económicas para la consultoría hasta el **lunes 11 de julio de 2022 (hrs. 23:59)**.

Las propuestas enviadas fuera de la fecha y hora límite no serán consideradas

La Paz, 01 de julio de 2022