

Términos de Referencia

Parte 1: Código de Consultoría

Versión:	26.09.16	Código:	02-DERT
----------	----------	---------	---------

Parte 2: Descripción del Puesto

1. Posición	Consultoría para "Elaboración de sondeos de mercado a nivel local y regional para los potenciales: a) Producción de carne de cerdo y venta de lechones genéticamente mejorados y b) Producción de huevos y venta de aves ponedoras; y un análisis del potencial productivo y comercial textil con enfoque de inclusión de mujeres en 5 municipios de cobertura del departamento de Totonicapán".
2. Programa / Proyecto Localidad de trabajo	Proyecto de Desarrollo Económico Rural Territorial (PRODERT) de HELLETAS Swiss Intercooperation Guatemala. 5 municipios del departamento de Totonicapán: San Andrés Xecul, San Cristóbal Totonicapán, San Francisco El Alto, Momostenango y Totonicapán.
3. Período de validez	45 días (1.5 meses calendario) a partir de la fecha de contrato.
4. Responde a persona	Coordinador del Proyecto PRODERT en aspectos técnicos y aspectos administrativos. Dirección del Programa HELLETAS Swiss Intercooperation Guatemala en aspectos generales.
5. Relaciones de trabajo dentro de la organización	Responsable de Desarrollo de Sistemas de Mercado (DSM) y Equipo del proyecto PRODERT en el departamento de Totonicapán.
6. Coordinación, relaciones con otras organizaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Autoridades y técnicos municipales de los municipios de cobertura en Totonicapán. • Redes empresariales que impulsan la producción de carne de cerdo y lechones genéticamente mejorados y producción de huevos y aves ponedoras de los municipios de San Andrés Xecul, San Francisco El Alto, Momostenango, San Cristóbal Totonicapán y Totonicapán. • Personal técnico de Instancias Aliadas del departamento de Totonicapán. • Potenciales compradores • Instituciones integrantes de las Comisiones de Fomento Económico, Turismo, Ambiente y Recursos Naturales (COFETARN).
7. Objetivos de la Consultoría:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Desarrollar 2 sondeos de mercado a nivel local, regional y nacional para los potenciales: a) carne de cerdo y venta de lechones genéticamente mejorados y b) huevos y venta de aves ponedoras en el departamento de Totonicapán. 2. Desarrollar 1 análisis del potencial comercial textil con enfoque de inclusión de mujeres en 5 municipios del departamento de Totonicapán.

Parte 3: Actividades a Desarrollar

No.	Responsabilidades y actividades	Resultados esperados y hasta cuando
1	<p>Desarrollar 2 sondeos de mercado a nivel local y regional para los potenciales productivos:</p> <p>a) carne de cerdo y venta de lechones genéticamente mejorados. b) huevos y venta de aves ponedoras en el departamento de Totonicapán.</p> <p>Dentro de las principales acciones a realizar se mencionan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar con la persona responsable de Desarrollo de Sistemas de Mercado, los procesos a desarrollar. • Revisión de información secundaria disponible sobre el proyecto y contexto del departamento de Totonicapán sobre el tema de la consultoría. • Reunión con Equipo PRODERT a nivel de Coordinación, Técnico y Consultor/es con la finalidad de presentar el plan de trabajo para el desarrollo de la consultoría. 	<ul style="list-style-type: none"> • Documento de sondeo de mercado para carne de cerdo y venta de lechones genéticamente mejorados. • Documento de sondeo de mercado para huevos y venta de aves ponedoras en el departamento de Totonicapán. <p>- Los sondeos de mercado deben ser presentados por sub sector productivo.</p> <p>- Adicionalmente se debe presentar la información de campo compilada y estandarizada. (herramientas, instrumentos utilizados).</p> <p>- 1.5 meses de iniciada la consultoría.</p>

	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de compradores actuales y potenciales • Fase de campo: Recolección de información primaria: identificación de compradores potenciales, realización de entrevistas, reuniones con compradores, visitas a comunidades y zonas urbanas. • Fase de Gabinete: Análisis y cálculos de la oferta y demanda proyectadas, tabulación e interpretación de la información. • Elaboración del informe borrador sobre los 3 sondeos de mercado. • Talleres de presentación de resultados al equipo técnico PRODERT. • Presentación de informe final sobre los 3 sondeos de mercado definidos. <p>Información requerida</p> <ol style="list-style-type: none"> a) Énfasis en el sondeo de mercados para huevos de gallina con la finalidad de identificar la OFERTA - DEMANDA, de manera de definir potencial de crecimiento, corredor productivo en función de la demanda de huevos y aves de postura. b) Énfasis en el sondeo de mercados para la producción de carne de cerdo y lechones genéticamente mejorados con la finalidad de identificar la oferta y demanda actual y proyectada a futuro, de manera de definir potencial de crecimiento y corredor productivo en función de la demanda. c) A nivel regional se considera los sondeos de mercado con una cobertura en los departamentos de: Totonicapán, Quetzaltenango, Quiché y Sololá u otros departamentos o ciudades donde se identifiquen posibles compradores. d) La finalidad principal del análisis de oferta y demanda actual y proyectada, es que el proyecto cuente con información sobre nichos de mercado para la toma de decisiones en relación al crecimiento de los sub sectores. e) Se requiere un mapa sobre el corredor potencial por cada sub sector bajo estudio. f) Producción: Números de (micros y pequeños) productores del sub-sector en el área; volúmenes promedio de producción actual y potencial por familia y red empresarial en el área, precios; limitantes para su comercialización, su dimensión y estimación del grado en que afecta al sector. g) Procesamiento/Transformación: identificación de opciones de procesamiento y transformación existentes y potenciales (ubicación, número de miembros); volúmenes por calidad (i) procesado y (ii) transformado; capacidad de procesamiento / transformación; número de trabajadores; costos y precios. h) Comercialización: Demanda por característica y temporada por mercado; precios locales, regionales, nacionales. 	
<p>2</p>	<p>Desarrollar 1 análisis del potencial de la oferta y demanda textil con enfoque de inclusión de mujeres en 5 municipios del departamento de Totonicapán.</p> <p>Dentro de las principales acciones a realizar se mencionan:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Coordinar con la persona responsable de Desarrollo de Sistemas de Mercado los procesos a desarrollar en la consultoría • Revisión de información secundaria disponible • Reunión con Equipo de PRODERT a nivel de Coordinación, Técnico y Consultor/es, con la finalidad de presentar el plan de trabajo para el desarrollo de la consultoría. • Fase de campo: Recolección de información primaria sobre el desarrollo de la consultoría, entrevistas • Fase de Gabinete: ordenamiento, tabulación, cálculos de la oferta y 	<ul style="list-style-type: none"> • Informe sobre análisis del potencial comercial textil con enfoque de inclusión de mujeres en 5 municipios del departamento de Totonicapán. <p>1.5 meses de iniciada la consultoría.</p>

<p>demanda actual y proyectada a futuro e interpretación de la información.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Elaboración del informe borrador sobre el análisis del potencial de la oferta y la demanda textil con enfoque de inclusión de mujeres en el departamento de Totonicapán. • Talleres de presentación de resultados al equipo técnico PRODERT. • Presentación de informe final sobre análisis del potencial productivo y comercial textil definiendo líneas de negocios con potencial a desarrollar. <p><u>Recomendación:</u></p> <p>Para el desarrollo de este producto se recomienda utilizar la metodología descrita en el anexo 1 de estos términos de referencia.</p>	
--	--

Parte 3. Requerimientos:

Requisitos:

- Empresa consultora con equipo profesional de trabajo, formado en el tema de comercialización agropecuaria y artesanal.
- Facilidad de comunicación y redacción de informes.
- Buenas relaciones interpersonales.
- Transporte en vehículos propios.
- Enviar carta de interés.
- Enviar propuesta técnica y oferta económica de consultoría (Incluyendo gastos de viaje relacionados a hospedaje y alimentación, honorarios, gastos de viaje e impuestos normados en Guatemala).
- Conocimiento del área de cobertura bajo estudio (municipios del departamento de Totonicapán).

Experiencia profesional:

- Experiencia en la realización de sondeos de mercado, cálculos de la oferta y demanda actual y sus proyecciones.
- Experiencia en la realización de análisis de mercados, tomando en cuenta criterios de rentabilidad y mercado.
- Experiencia en trabajo de campo y trabajo comunitario.
- Experiencia en desarrollo económico rural en el sector agropecuario.

Nota: Todos los términos reflejan sin distinción personas femeninas o masculinas.

Formas de pago y entrega de productos

Dos pagos con la entrega de los siguientes productos:

Primer pago (equivalente al 20% del monto total de la consultoría), con la firma del contrato.

Segundo pago (equivalente al 80% del monto de la consultoría) a la entrega de los siguientes productos (1.5 meses de iniciada la consultoría):

1. Informe del sondeo de mercado sobre producción de carne de cerdo y venta de lechones genéticamente mejorados.
2. Informe del sondeo de mercado sobre producción de huevos y venta de aves ponedoras.
3. Informe sobre análisis del potencial productivo y comercial textil con enfoque de inclusión de mujeres en 5 municipios del departamento de Totonicapán.

ANEXO 1

ANÁLISIS DE TERRITORIOS, CADENAS Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS

Objetivo

Identificar los territorios, las cadenas productivas y las oportunidades de negocio con potencial de mercado, así como las condiciones favorables del entorno que justifiquen inversiones de recursos en la formación de redes empresariales.

Resumen¹

La condición básica para que un proyecto empresarial sea exitoso, es que se desarrolle en una cadena productiva con potencial de mercado y en un territorio con condiciones para poder generar una oferta y el acceso a dicho mercado. Es por ello que, antes de iniciar un proceso de articulación de pequeños productores, es indispensable que la institución de fomento involucrada realice un análisis sistémico y participativo de aquellas cadenas y territorios con mayor potencial de desarrollo económico. Este análisis permitirá tener un conocimiento detallado e integral de la cadena, de los actores involucrados, de las funciones de apoyo y del marco normativo relacionado con dicha cadena.

Deben tomarse en cuenta factores como: la presencia de compradores actuales o potenciales de los productos de la cadena a apoyar, la vocación productiva del territorio en armonía con la sostenibilidad del medio ambiente, una masa crítica de pequeños productores o microempresas de la cadena seleccionada, la experiencia productiva en la cadena seleccionada de los productores o microempresas, sus niveles de articulación con los eslabones de la cadena, la presencia de instituciones de apoyo a la cadena, la articulación de los productores con estas instituciones, la disponibilidad de energía y otra infraestructura productiva básica como carreteras, o la existencia de políticas favorables a la cadena y al desarrollo económico territorial.

A partir de los territorios y cadenas seleccionados, se identificarán las líneas de negocio con mayor potencial y se definirán oportunidades de negocio concretas que sirvan para generar interés en los pequeños productores o microempresas para articularse en una red empresarial².

Finalmente será necesario realizar los arreglos institucionales para poder contratar y capacitar a uno de los personajes claves en el proceso de articulación de redes empresariales: el articulador.

Paso 1: Selección de Territorios

Objetivo de este paso

Seleccionar los territorios que cumplan con criterios mínimos favorables al desarrollo de actividades productivas inclusivas, es decir, donde existan pequeños productores o micro empresas con bajo nivel de desarrollo, pero con potencial de crecimiento (recursos como clima, tierra, agua, infraestructura productiva, etc.).

¿Qué criterios debemos tener en cuenta para identificar y seleccionar los territorios?

Para identificar y seleccionar los territorios más adecuados para la articulación de redes empresariales, se ha definido una lista de condiciones importantes que deben tomarse en cuenta para verificar su grado de cumplimiento durante el recojo de información. Estas son:

1. Vocación productiva del territorio en armonía con la sostenibilidad del medio ambiente.
2. Existencia de cadenas específicas (productos) con potencial de mercado.
3. Existencia de un número importante de pequeños productores o micro empresas.
4. Existencia de condiciones y recursos naturales necesarios para producir competitivamente (tierra, agua, pastos, clima, entre otros).
5. Sistemas de comunicación (telefonía).
6. Infraestructura de transporte mínima como carreteras o rutas afirmadas en buen estado.

¹ En el contexto de la normativa actual de Perú, esta fase 1 puede empatar muy bien con la identificación de cadenas a fortalecer que la Ley N.º 29337 PROCOMPITE (2009) establece como paso 1 para que los gobiernos locales y regionales elaboren iniciativas y gestionen el presupuesto necesario para mejorar la competitividad de las cadenas productivas de sus territorios, fortaleciendo al sector privado.

² Esta primera fase ha sido incorporada por APOMIPE utilizando la metodología desarrollada por Intercooperation, SNV y CICDA (Van der Heyden, Damien y Camacho, Patricia. *Guía metodológica para el análisis de cadenas productivas*. Lima: SNV, CICDA e Intercooperation, junio de 2004).

7. Existencia de organismos de cooperación, empresas o instituciones del Estado con voluntad política e interés en impulsar proyectos de desarrollo económico local inclusivo.
8. Existencia de normas favorables a la asociatividad de productores o micro empresas, desarrollo económico local e inclusión.
9. Relaciones sociales armónicas (ausencia de graves conflictos entre los productores o micro empresas).
10. Mínima influencia de intervenciones asistencialistas.

¿Qué debemos hacer para realizar el análisis de la información recogida que nos permita la selección de los territorios?

Primero, se debe elaborar una base de datos de los principales actores del entorno institucional de fomento de la cadena.

Con esta información, la entidad de apoyo puede contactar a las personas e instituciones adecuadas que ayudarán a identificar a los territorios más apropiados.

Se pueden utilizar diversos medios para recoger la información necesaria para el análisis de los territorios. Algunas de las alternativas recomendadas son:

- **Entrevistas a personas clave:** Es necesario entrevistar a personas que lideran procesos productivos que puedan proporcionar la información buscada.
- **Talleres:** Los talleres deben contar con la presencia de actores relevantes, como municipios, gremios, instituciones públicas, empresas compradoras, ONG´s, proyectos; entre otros.
- **Análisis de información secundaria:** Estadísticas de población, actividades económicas, etc. Utilizar diversos medios, como páginas web, libros o publicaciones diversas.

La información de la base de datos debe vaciarse en un listado y asignarle puntaje, de manera de seleccionar el territorio que cuente simultáneamente con mayor potencial de desarrollo económico y con mayor impacto de desarrollo social inclusivo.

1.1 Herramientas disponibles:

- H1: "Criterios para selección de territorios"

Paso 2: Selección de Cadenas Productivas

Objetivo de este paso

Al interior de los territorios previamente identificados, seleccionar las cadenas con mejores condiciones para generar un impacto significativo de desarrollo social y económico inclusivo.

¿Qué criterios debemos tener en cuenta para analizar y seleccionar las cadenas productivas con mejores condiciones para la formación de redes empresariales?

Este paso se puede hacer de manera simultánea al paso 1. Para seleccionar las cadenas productivas, estas deben ser evaluadas a partir de los siguientes criterios:

1. Rubro con margen interesante para los productores.
2. Mercado en crecimiento y con potencial.
3. Oferentes de servicios en torno a la cadena.
4. Existencia de uno o varios compradores articulados con los productores de la cadena.
5. Presencia de un número importante de productores o micro empresas de la cadena seleccionada.
6. Actividad productiva importante en el territorio o con potencial de ser desarrollada.
7. Experiencia previa de los productores o micro empresas en la actividad o en actividad similar.
8. Desarrollo de productos de rápida rotación y venta.
9. Proceso productivo con etapas secuenciales continuas (actividades productivas que implican algunas tareas conjuntas de manera permanente).
10. Nivel de rentabilidad suficiente de los eslabones de la cadena.
11. Actividad productiva con bajos riesgos ambientales.
12. Cadena con potencial de generación de empleo.
13. Potencial para articulación de segundo nivel (red de redes) que facilite la oferta agregada que exigen los mercados.

14. Oportunidad para la replicabilidad o masificación de la formación de redes empresariales.
15. Institucionalidad de apoyo alrededor de la cadena.
16. Posibilidad de dar valor agregado en la producción o en la prestación del servicio en la cadena.
17. Existencia de organizaciones de productores o micro empresas que puedan facilitar el desarrollo de actividades conjuntas.
18. Nivel mínimo de manejo de paquetes tecnológicos.
19. Formas alternativas de articulación con el mercado final.

Resulta de mucha utilidad tener en cuenta que existen dos tipos de cadenas básicas:

- Cadenas de productos con demanda creciente en los mercados locales y regionales, tales como lácteos y sus derivados, carnes, frutas y hortalizas.
- Cadenas de productos con nichos de mercado específicos como cinchos y bolsas típicas combinadas con cuero, entre otros.

¿Qué debemos hacer para realizar este análisis?

Para realizar dicho análisis se recomiendan las alternativas mencionadas en el paso 1.

OJO:

Algunos gobiernos locales ya vienen realizando análisis de cadenas como parte de la elaboración de iniciativas PROCOMPITE; en estos casos, este análisis podría ser suficiente. En el caso de entidades de promoción privadas y en territorios donde el gobierno local no realice actividades de promoción económica local, es importante la inclusión de los gobiernos locales en el proceso de identificación y selección de cadenas. De esta manera, se fortalecen los gobiernos locales para que en el futuro cumplan su rol de liderazgo en procesos de desarrollo económico local concertado.

Herramientas disponibles

Paso 3: Análisis de la Cadena

Objetivo de este paso

Tener un conocimiento más detallado de la cadena, los actores y su entorno, en el marco de las funciones reguladoras y de apoyo existentes. Con este paso se ordena la información del análisis del territorio y cadena seleccionados, realizado en los pasos anteriores.

¿Qué se entiende por análisis sistémico y como realizarlo?

Por análisis sistémico³ nos referimos a analizar no solo la función principal dentro de la cadena productiva, sino también a analizar a los actores del entorno que brindan servicios de apoyo (transporte, financiamiento, asistencia técnica, sanidad, etc.); así como también a analizar el marco regulatorio existente que implica tanto las normas formales, como las no formales que influyen en la actividad productiva con la que se ha decidido trabajar. Podemos emplear la H3 para identificar y tener una mayor comprensión de los siguientes aspectos:

1. Actores relevantes en cada una de las funciones de la cadena.
2. Saber quién cumple o realiza cada función del mercado y quién paga por ella.
3. Cuellos de botella productivos, tecnológicos y comerciales, con la finalidad de conocer en qué aspectos se debe hacer énfasis durante la intervención.
4. Potencial de alianzas “ganar - ganar”.
5. Normas tributarias y sectoriales y políticas públicas relacionadas con la cadena.
6. Costumbres o prácticas culturales de la población.

Herramientas disponibles:

- H3: “Esquema metodológico de análisis de cadena combinado con un análisis sistémico del enfoque M4P”

³ En el análisis sistémico se sugiere emplear la metodología de análisis de cadenas, con la perspectiva de aplicar el enfoque sistémico del M4P (H3).

¿Qué debemos hacer para identificar las oportunidades de negocio?

a) Identificar líneas de negocio existentes de la cadena seleccionada

- Acopiar la información necesaria de las cadenas en los territorios seleccionados.
- Identificar las diversas líneas de negocio existentes en cada cadena productiva identificando tendencias del mercado a escala local, regional, nacional y mundial.
- Realizar un análisis comparativo para identificar las líneas de negocios con mayor potencial tomando en cuenta las tendencias del mercado y el margen de ganancias.
- Calcular el margen de ganancia en cada eslabón de la cadena.
- Identificar los sistemas y canales de comercialización más ventajosos.

Algunos ejemplos de líneas de negocio en cadenas agrícolas son:

- ✓ Productos primarios sin certificación.
- ✓ Productos con valor agregado: con certificación orgánica o de comercio justo.
- ✓ Productos transformados.

Algunos ejemplos de líneas de negocio en cadenas pecuarias son:

- ✓ Productos primarios: animales en pie o reproductoras.
- ✓ Productos transformados: animales beneficiados o empacados.
- ✓ Productos derivados.

Algunos ejemplos de líneas de negocio en cadenas de turismo son:

- ✓ Turismo vivencial comunitario.
- ✓ Turismo de aventura.
- ✓ Turismo cultural y arqueológico.
- ✓ Prestadores de servicios: artesanía, restaurantes, agencias de viaje, etc.

b) Identificar oportunidades de negocio

- Proponer diversas clases de oportunidades de negocio con mercados definidos y clientes concretos.
- Identificar de qué manera podrán participar los productores en la transformación, generación de valor agregado, desarrollo de productos, etc.

c) Análisis de viabilidad técnica

Analizar si es posible que los productores puedan aprovechar las oportunidades de mercado identificadas y realizar los cambios necesarios a partir de los siguientes criterios:

- Tienen experiencia y habilidades en la actividad productiva.
- No requieren cambios extremos en su modo de vida y sus actividades.
- Tecnología accesible.

HITOS DE LA FASE 1

HITO	Verificación		FUENTE DE VERIFICACIÓN
	SI	NO	
Se han definido criterios para la priorización de territorios y cadenas potenciales.			Lista de criterios de priorización aprobada.
Se han realizado los análisis de territorios potenciales para una posible intervención.			Resumen ejecutivo de los análisis.
Se ha priorizado los territorios que cumplen los criterios definidos con anterioridad.			Matriz de selección multicriterio.
Se han realizado los análisis de las cadenas que cumplen los criterios definidos con anterioridad en los territorios priorizados.			Resumen ejecutivo de los análisis Matriz de selección multicriterio.
Se han identificado oportunidades concretas para los pequeños productores en las cadenas productivas priorizadas.			Tabla resumen de las oportunidades concretas identificadas.