

**APENDICE A - TÉRMINOS DE REFERENCIA Y REQUISITOS DE REPORTE
CONSULTORÍA DESARROLLO ESTRATEGIA NACIONAL DE CONSUMO DE QUINUA**

1. DEFINICIONES

BID:	Banco Interamericano de Desarrollo
FOMIN:	Fondo Multilateral de Inversiones
Organismo Ejecutor:	Cámara Boliviana de Exportadores de Quinua y Productos Orgánicos
Proyecto:	Producción Sostenible de Quinua Orgánica en el Altiplano Boliviano, ATN/ME – 14447-BO – ATN/AS-14468-BO.
CABOLQUI:	Cámara Boliviana de Exportadores de Quinua y Productos Orgánicos.

2. ANTECEDENTES

El Banco Interamericano de Desarrollo, en su calidad de administrador de los recursos del FOMIN y la Cámara Boliviana de Exportadores de Quinua y Productos Orgánicos (CABOLQUI), suscribieron un convenio de Cooperación Técnica No Reembolsable con No. ATN/ME – 14447-BO; ATN/AS-14468-BO para la ejecución del Proyecto “Producción Sostenible de Quinua Orgánica en el Altiplano Boliviano”, la que fue firmada en fecha 10 de octubre de 2014.

El objetivo general del proyecto es contribuir al aumento de los ingresos de los pequeños productores de quinua orgánica y a reducir la degradación de los recursos naturales asociados con la producción de quinua en el Altiplano boliviano y el resultado buscado por el proyecto es ampliar la producción sostenible de la quinua orgánica de Bolivia y mejorar su posicionamiento en los mercados de alto valor a través de un modelo de agricultura extensivo impulsado por el uso de tecnologías adecuadas a las zonas.

El Programa está estructurado en 4 componentes orientados a:

- i) Componente 1. Validación de Paquete Tecnológico y el Modelo de Negocios Plurales
- ii) Componente 2. Asegurar la Trazabilidad y Eficiencia en la Cadena de Suministro
- iii) Componente 3. Estrategia para Diferenciar la Quinua Boliviana
- iv) Componente 4. Sistematización y Gestión del Conocimiento

Para tal efecto, la Cámara Boliviana de Exportadores de Quinua y Productos Orgánicos (CABOLQUI), en su calidad de ejecutora del citado proyecto, en el marco de la ejecución del Componente 3. Estrategia para Diferenciar la Quinua Boliviana, ha visto por conveniente contratar con recursos de la Contribución del Convenio arriba citado, una firma consultora para elaborar “El Desarrollo de la Estrategia Nacional de Consumo de Quinua y otros productos orgánicos”.

3. OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA

3.1. OBJETIVO GENERAL

- “Desarrollar una Estrategia Nacional de Consumo de Quinua y otros productos orgánicos orientada a mejorar la calidad de la alimentación en unidades educativas a través de la inclusión de alimentos nutritivos y saludables en kioscos escolares a ser implementados a nivel nacional”.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

La Estrategia Nacional de Consumo deberá ser diseñada considerando una Estrategia de captación de fondos; la conceptualización y el diseño para la implementación de los kioscos escolares saludables y una estrategia de comunicación y difusión; para lo cual, se plantean los siguientes objetivos específicos:

- 3.2.1. Diseño e implementación de una Estrategia de captación de fondos diferenciada por tipo de financiador, áreas de trabajo, priorización de temáticas, plazos de financiamiento, entre otros; a través de procesos innovadores y experienciales.
- 3.2.2. Diseño para la implementación de kioscos escolares orientados a mejorar la calidad de la alimentación a partir de alimentos nutritivos y saludables, tomando en cuenta tipos de kioscos, condiciones de oferta, infraestructura e inocuidad y requerimientos nutricionales establecidos en la normativa nacional vigente mediante procesos metodológicos formativos y alternativos altamente participativos.
- 3.2.3. Diseño de una Estrategia de Comunicación y Difusión adecuada a la: A) Captación de Fondos y a la B) Estrategia Nacional de Consumo diferenciada por públicos meta, productos comunicacionales formales y alternativos, canales y mecanismos de comunicación, propuesta de posicionamiento, entre otros.

4. ALCANCE DEL TRABAJO

La consultoría se desarrollará a nivel nacional, desde la firma del contrato hasta la primera semana de octubre del presente año en tres ámbitos de acción en base a actividades descritas en numeral 5 de los Términos de Referencia.

5. PRINCIPALES ACTIVIDADES

La Estrategia Nacional de Consumo deberá contemplar:

- 1) Estrategia de Captación de Fondos,
- 2) Estrategia de diseño para la implementación de los kioscos escolares saludables y
- 3) Estrategia de Comunicación y difusión adecuada a:
 - A) Captación de Fondos y
 - B) Estrategia Nacional de Consumo.

Se espera la realización de reuniones, eventos, talleres y estudios focales con metodologías formales e innovadoras y procesos vivenciales para el logro de los objetivos planteados.

Las actividades específicas que desarrollará la firma consultora en estos tres ámbitos, sin ser limitativas, serán las siguientes:

PRODUCTOS	ACTIVIDADES
1. Estrategia de Captación de fondos	<ul style="list-style-type: none"> 1.1 Revisión de información secundaria 1.2 Recolección de información primaria 1.3 Mapeo de potenciales financiadores a nivel local, nacional e internacional. 1.4 Análisis de las carteras de financiamiento relacionadas con la temática de la consultoría. 1.5 Identificación de avances, vacíos y tendencias de financiamiento sobre la temática. 1.6 Identificación de prioridades de los financiadores y plazos de financiamiento establecidos. 1.7 Preparación y organización de reuniones de alto nivel (financiadores, donantes, autoridades del sector público, privado, organismos de cooperación internacional, entre otros). 1.8 Preparación y organización de reuniones con encargados de programas, proyectos, RSE, etc. 1.9 Reuniones de coordinación e intercambio de intereses con actores clave. 1.10 Diseño de procesos metodológicos para las actividades de relacionamiento institucional con los posibles donantes. 1.11 Preparación y organización logística para la ejecución de una Feria Experiencial. 1.12 Diseño, producción y montaje de una Feria Experiencial que exponga productos, técnicas, objetivos y alcance de la presente iniciativa a los posibles financiadores y actores clave. 1.13 Establecimiento de sinergias institucionales estratégicas obtenidas a partir del acercamiento a potenciales donantes y/o públicos meta.
2. Diseño para implementación de los kioscos escolares saludables	<ul style="list-style-type: none"> 2.1 Identificación y análisis de proveedores considerando los potenciales productos, cantidades, precios, temporalidad, adecuación a las necesidades nutricionales permitidas para los escolares, logística de distribución, entre otros. 2.2 Identificación y análisis de al menos 200 productos a ser ofertados en recintos escolares considerando su adecuación a la normativa nacional vigente y los parámetros nutricionales permitidos. 2.3 Elaborar encuestas que permitan definir una tendencia de productos y otros a ser ofertados en recintos escolares, considerando el presupuesto que disponen los escolares para la compra de éstos productos y el tiempo asignado en los recreos en recintos escolares. 2.4 Identificación de potenciales unidades educativas públicas y/o privadas para el desarrollo de pruebas piloto; tomando en cuenta cantidades requeridas, presupuestos, modalidades de compra, entre otros. 2.5 Organización y evaluación de los productos mediante testeos y pruebas con grupos focales y talleres de co-work con profesionales en distintos ámbitos nutricionales y actores clave involucrados (directores, profesores, concesionarios de kioscos, estudiantes, entre otros). 2.6 Elaboración de las bases para el lanzamiento de una convocatoria para el diseño de los kioscos escolares con metodologías innovadoras y participativas considerando las condiciones de oferta, condiciones de infraestructura e inocuidad requeridas¹. 2.7 Presentación de las bases de la Convocatoria a los posibles financiadores en la Feria Experiencial. 2.8 Gestión con organismos cooperantes y/o auspiciadores para el lanzamiento y ejecución de la convocatoria en una segunda fase de implementación.
3. Estrategia de Comunicación y Difusión adecuada para a) la captación de fondos y b) la Estrategia Nacional de Consumo	<ul style="list-style-type: none"> 3.1 Análisis situacional 3.2 Definición de lineamientos comunicacionales base para la estrategia comunicacional a nivel nacional 3.3 Identificación de públicos meta 3.4 Definición de productos comunicacionales según públicos meta establecidos 3.5 Definición de canales de promoción y difusión de la estrategia nacional 3.6 Propuesta de posicionamiento 3.7 Talleres metodológicos para definición de concepto base de línea gráfica 3.8 Revisión de propuestas y productos para la línea gráfica 3.9 Diseño de una línea gráfica 3.10 Diseño de un producto de promoción para la estrategia de captación de fondos 3.11 Diseño e implementación de plataformas virtuales comunicacionales de posicionamiento

¹ Se cuenta con información técnica sobre los parámetros nutricionales y condiciones de oferta, infraestructura e inocuidad requeridas, de acuerdo a la normativa nacional vigente y estándares internacionales aceptados.

6. PRODUCTOS ESPERADOS

Se esperan los siguientes productos de la consultoría, los mismos que deberán ser aprobados por el contratante:

- 6.1 Plan de trabajo y cronograma de actividades
- 6.2 Estrategia de Captación de fondos elaborada, según tipo de financiador, áreas de temáticas priorizadas, tiempos de financiamiento, entre otros.
 - 6.2.1 Una cartera de al menos 30 posibles cooperantes a nivel local, nacional e internacional identificados
 - 6.2.2 Una base de datos con la información recolectada sobre áreas de trabajo, avances, vacíos, tendencias de financiamiento, entre otros.
 - 6.2.3 Una base de datos de potenciales fuentes de financiamiento clasificada según: tipo de financiador, priorización de temáticas y plazos de financiamiento.
 - 6.2.4 Una Feria Experiencial diseñada y producida mediante procesos metodológicos vivenciales.
 - 6.2.5 Una Feria Experiencial ejecutada para dar a conocer los lineamientos del proyecto, las líneas de productos requeridos, entre otros, orientada a potenciales financiadores y actores clave.
 - 6.2.6 Establecimiento de posibles sinergias institucionales con miras al financiamiento de la Estrategia Nacional de Consumo para incrementar el consumo de alimentos nutritivos y saludables a través de kioscos escolares a nivel nacional.
- 6.3 Diseño para la implementación de los kioscos escolares saludables elaborado, considerando los siguientes aspectos:
 - 6.3.1 Metodologías diseñadas para la aplicación de talleres de co-work y grupos focales orientados a la conceptualización de los kioscos escolares saludables.
 - 6.3.2 Términos de referencia y bases definidas para el lanzamiento de la Convocatoria de diseño de los kioscos escolares con metodologías innovadoras y participativas; considerando condiciones de oferta, infraestructura e inocuidad establecidas.
 - 6.3.3 Desarrollo y sistematización de 5 talleres vivenciales orientados a: sensibilizar sobre la temática, informar sobre los lineamientos del proyecto; y brindar requerimientos para el diseño de los kioscos escolares saludables.
 - 6.3.4 Desarrollo y sistematización de al menos 10 grupos focales orientados a: testeos y pruebas de productos, conceptualización y diseño de los kioscos escolares saludables.
 - 6.3.5 Una base de datos de al menos 200 productos a ser ofertados, identificados y priorizados en función al cumplimiento de la normativa nacional vigente y evaluados mediante testeos y pruebas con grupos focales y talleres de co-work con profesionales en distintos ámbitos nutricionales y/o públicos meta.
 - 6.3.6 Una base de datos de los proveedores identificados y priorizados de acuerdo a: productos ofertados, cantidades,

precios, temporalidad, adecuación a las necesidades nutricionales permitidas para los escolares, logística de distribución, entre otros.

- 6.3.7 Una base de datos de al menos 4 unidades educativas públicas y/o privadas, a nivel piloto, con información sobre productos, cantidades requeridas, presupuestos, temporalidad, modalidades, etc.

6.4 Estrategia de Comunicación y difusión elaborada:

- 6.4.1 Línea gráfica diseñada
- 6.4.2 Un producto de promoción para la estrategia de captación de fondos
- 6.4.3 Dos plataformas virtuales comunicacionales de posicionamiento diseñadas e implementadas
- 6.4.4 Lineamientos para la estrategia comunicacional elaborada considerando: públicos meta identificados, productos comunicacionales definidos, canales de promoción y difusión establecidos, propuesta de posicionamiento, entre otros.

6.5 Estrategia Nacional de Consumo elaborada, orientada a mejorar la calidad de la alimentación en unidades educativas a través de la inclusión de alimentos nutritivos y saludables en kioscos escolares que aglutina los puntos anteriores: a) Estrategia de captación de fondos; b) la estrategia de diseño para la implementación de los kioscos escolares saludables y c) estrategia de comunicación y difusión.

7. INFORMES

La firma consultora seleccionada deberá presentar los siguientes informes, sin que estos sean limitativos:

- 7.1 Primer informe de avance, que incluya Plan de Trabajo y Cronograma de actividades hasta los siete días siguientes a la suscripción del contrato conforme al sub numeral 6.1.
- 7.2 Segundo Informe de avance, a los 60 días (2 meses) calendarios de la suscripción del contrato el cual debe incluir los productos descritos en sub numerales 6.2 (incisos 6.2.1, 6.2.2, 6.2.3, 6.2.4); 6.3 (incisos 6.3.1); 6.4 (6.4.1, 6.4.2, 6.4.3).
- 7.3 Tercer informe de avance, a los 120 días calendarios (4 meses) de la suscripción del contrato el cual debe incluir el producto descrito en el sub numeral 6.3 (incisos 6.3.2, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.6, 6.3.7).
- 7.4 Cuarto informe de avance, a los 180 días calendarios (6 meses) de la suscripción del contrato el cual debe incluir el producto descrito en el sub numeral 6.2. (inciso 6.2.5, 6.2.6); 6.4 (Inciso 6.4.4) y 6.5.
- 7.5 Informe final , a los 187 días calendarios (6 meses y siete días) de la suscripción del contrato el cual debe incluir la sistematización de todas las actividades realizadas en la consultoría, un resumen de los productos presentados, las lecciones aprendidas, conclusiones y recomendaciones, pasos a seguir, los que deberán ser presentados en un (1) ejemplar: en medio físico y digital.

8. LUGAR Y PLAZO

La consultoría se desarrollará a nivel nacional y tendrá una duración de seis meses y 7 días hasta la primera semana de octubre 2019.

9. SUPERVISIÓN Y GARANTÍA

El Equipo consultor trabajará en coordinación con Gerencia General de la CABOLQUI (o la persona que se designe).

10. PERFIL PROFESIONAL DE LA FIRMA CONSULTORA

10.1 EXPERIENCIA GENERAL DE LA FIRMA CONSULTORA

La firma consultora tiene que acreditar experiencia mínima de dos años ofreciendo servicios en cuanto a planificación estratégica, desarrollo de procesos, formación y/o capacitación.

La firma consultora deberá contar con un equipo multidisciplinario para el logro de los objetivos planteados.

Se valorará positivamente la experiencia de trabajo con diferentes actores del sector público, privado y/u organismos de cooperación internacional y el desarrollo de metodologías formales y alternativas altamente participativas.

La experiencia de los profesionales que forman parte de su equipo en trabajos similares a los de la consultoría debe ser de al menos 10 años de experiencia general, en particular, para el Experto líder del equipo y el Experto en área de formación.

10.2 EXPERIENCIA ESPECÍFICA 1 DE LA FIRMA CONSULTORA

Se debe acreditar la experiencia de al menos 2 años en la elaboración de estrategias de alimentación saludable; que incorpore actividades de comunicación, difusión, formación y capacitación.

Se valorará la experiencia en el diseño e implementación de Programas de Alimentación Escolar y el desarrollo, diseño y aplicación de Metodologías innovadoras, integrales y altamente participativas.

10.3 EXPERIENCIA ESPECÍFICA 2 DE LA FIRMA CONSULTORA

Experiencia específica mínima de 2 años en facilitación de eventos, talleres y procesos vivenciales dirigidos a crear entornos positivos y desarrollo integral vinculados a temáticas alimentarias.

Se valorará positivamente la experiencia en la realización de Ferias Experienciales, Lanzamientos y Posicionamiento de productos, proyectos y marcas, entre otros.

10.4 Perfil requerido de Experto Líder del Equipo

Se requiere que el experto líder del equipo posea al menos 10 años de experiencia general en temáticas agroalimentarias, diseño, implementación y supervisión de programas o proyectos de desarrollo, coordinación de trabajo con diferentes actores sociales, instancias públicas, privadas y/u organismos de cooperación internacional.

10.4.1 Formación Académica

Licenciatura en el área de Ciencias Económicas, Administración de Empresas o Ingeniería de Alimentos o ramas afines. Se valorarán positivamente cursos de post grado o maestrías en áreas relacionadas con el desarrollo de la consultoría.

10.4.2 Experiencia Especifica 1

Experiencia específica de al menos 4 años en el diseño, implementación y supervisión de programas, proyectos o planes estratégicos para granos andinos y/o productos amazónicos, desde una perspectiva que involucre actores sociales, sector privado, sector público y agencias de cooperación. Coordinación de equipos multidisciplinarios con enfoques integrales.

10.4.3 Experiencia Especifica 2

Se valorarán positivamente conocimientos y experiencias en el diseño de lineamientos e implementación de estrategias de consumo a nivel nacional. Así como el conocimiento en la implementación de estrategias de alimentación escolar, marcos normativos vigentes a nivel nacional e internacional.

10.5 Perfil requerido de Experto clave en área de formación

Se requiere que el experto clave en área de formación y/o educación posea al menos 10 años de experiencia general en temáticas de capacitación, enseñanza y aprendizaje; diseño, implementación y seguimiento de proyectos, programas, así como coordinación de procesos metodológicos formales y alternativos, entre otros.

10.5.1 Formación Académica

Licenciatura en Ciencias de la educación con diplomado en educación superior, se valorará positivamente certificaciones en metodologías alternativas de aprendizaje y formación o experiencia en áreas artísticas sociales.

10.5.2 Experiencia Especifica 1

Experiencia específica mínima de 5 años en el diseño, implementación y supervisión de programas o proyectos de alimentación escolar, entre otros. Se valorará positivamente la experiencia laboral en los municipios de intervención del proyecto. Así como la experiencia en liderar equipos y proyectos para la mejora de hábitos en las personas, sobre todo enfocados en la alimentación saludable y el desarrollo integral.

10.5.3 Experiencia Especifica 2

Experiencia en procesos de capacitación, diseño y producción de eventos con temáticas de sensibilización o educación en valores y mejora de hábitos en las personas. Se valorarán la experiencia en el desarrollo y producción de talleres de capacitación formales y alternativos, estudios focales con metodologías innovadoras, desarrollo de estrategias comunicacionales de difusión y posicionamiento vinculadas a temas de alimentación y nutrición.

Adicionalmente, se valorará positivamente que la firma consultora considere la participación de un equipo multidisciplinario con profesionales en ciencias económicas, sociales, nutricionistas, profesionales en técnicas de alimentación alternativa, comunicadores, diseñadores, gestores en redes, entre otros, acorde a los objetivos planteados.

11 Presupuesto

La firma consultora deberá presentar una propuesta económica (en bolivianos) que serán facturados por la firma consultora. El contrato se efectuará bajo la modalidad de selección calificación de consultores bajo criterio de suma alzada, por lo que el monto total incluye los honorarios de los expertos claves, pasajes, viáticos, transporte, además de todos los impuestos correspondientes de acuerdo a ley.

12 Modalidad de Contratación

El contrato será bajo la modalidad de suma alzada. El monto incluye los honorarios y todos los gastos relacionados con la implementación de la consultoría según normativa vigente en Bolivia.

13 Forma De Pago

El monto total convenido será cancelado en cinco pagos de acuerdo al siguiente detalle:

- 13.1 Primer pago del 10% contra la presentación y aprobación de un plan de trabajo y cronograma de actividades detallado, que deberán ser concertados con CABOLQUI contemplado en el Subnumeral 6.1.
- 13.2 Segundo pago del 30% contra la presentación y aprobación del segundo informe de avance que deberá incluir los productos contemplados en los subnumerales 6.2 (incisos 6.2.1, 6.2.2, 6.2.3, 6.2.4); 6.3 (incisos 6.3.1); 6.4 (6.4.1, 6.4.2, 6.4.3).
- 13.3 Tercer pago del 30% contra la presentación y aprobación del tercer informe de avance que deberá incluir los productos contemplados en los subnumerales 6.3 (incisos 6.3.2, 6.3.3, 6.3.4, 6.3.5, 6.3.6, 6.3.7).
- 13.4 Cuarto pago del 20% contra la presentación y aprobación del cuarto informe de avance que deberá incluir los productos contemplados en los subnumerales 6.2 (inciso 6.2.5, 6.2.6); 6.4 (inciso 6.4.4) y 6.5
- 13.5 Pago final del 10%, contra presentación y aprobación del Informe Final que incluye la sistematización de todos los productos contemplados en el numeral 6, lecciones aprendidas, conclusiones y recomendaciones.

14 Otras Condiciones Especiales

En caso de presentarse algún desfase para la obtención de información, la firma consultora informará oportunamente al organismo ejecutor, identificando propuestas alternativas.

Se deja establecido que todos los derechos de propiedad intelectual corresponden al Organismo Ejecutor (CABOLQUI) y el Banco Interamericano de Desarrollo (BID – FOMIN).