

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Identificación y evaluación de mercados para servicios y productos de la agrobiodiversidad en las áreas de intervención del Proyecto GEF Agrobiodiversidad

1. ANTECEDENTES:

El Proyecto “Gestión sostenible de la agrobiodiversidad y recuperación de ecosistemas vulnerables en la región Andina del Perú a través del Enfoque de Sistemas Importantes del Patrimonio Agrícola Mundial”, es financiado por el Fondo para el Medio Ambiente Mundial (FMAM - GEF) e implementado en asocio por el Ministerio del Ambiente - MINAM, Ministerio de Agricultura y Riego - MINAGRI, Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura - FAO y PROFONANPE en estrecha coordinación con los Gobiernos Regionales de Apurímac, Arequipa, Cusco, Huancavelica y Puno. Se desarrolla directamente en 5 localidades objetivo y cubrirá 13 distritos (Ver Anexo 1), creando condiciones para la réplica de resultados en los Andes Peruanos.

El Proyecto ABD tiene como objetivo “Conservar *in situ* y aprovechar la agrobiodiversidad de manera sostenible mediante la preservación de sistemas de agricultura tradicional, la gestión integrada de bosques, agua y recursos de la tierra, y el mantenimiento de los servicios ecosistémicos en las regiones andinas seleccionadas”. Para lograr este objetivo, el Proyecto adopta el enfoque de paisaje multifocal para la conservación de recursos genéticos de importancia mundial y la recuperación de los ecosistemas andinos frágiles, sobre los cuales los recursos genéticos dependen, para el suministro de servicios ecosistémicos esenciales. Este enfoque no sólo asegura la agrobiodiversidad, sino también que los sistemas agrícolas tradicionales que abarcan todo el paisaje, en los cuales los cultivos son gestionados por los pobladores locales, sean mantenidos; en concordancia con el modelo de zonas de agrobiodiversidad que provee la legislación peruana.

Los componentes que constituyen el Proyecto son cuatro: (i) Gestión integrada del paisaje y conservación de la agrobiodiversidad en las regiones andinas del Perú, (ii) Desarrollo de mercados para productos de la agrobiodiversidad para apoyar la conservación y el uso sostenible y los medios de subsistencia rurales locales, (iii) Fortalecimiento institucional y de políticas para incorporar la conservación y el uso sostenible de la agrobiodiversidad en marcos operativos y (iv) Monitoreo, evaluación y difusión de la información del Proyecto.

En el marco del componente 2, se ha avanzado en la realización de algunas actividades, entre las que destacan:

- Participación de representantes de las zonas de Ácora – Puno, Lares – Cusco, Laria - Huancavelica y Huayana – Apurímac, en la feria y rueda de negocios de la biodiversidad, llevada a cabo en la ciudad de Lima, donde los productores pudieron interactuar con 20 emprendedores de pequeñas empresas de transformación que usan la agrobiodiversidad, despertando el interés de estos últimos, por los productos de la agrobiodiversidad presentados.
- Participación en el festival de la Asociación Nacional de Productores Ecológicos – ANPE, donde los representantes de Acora – Puno, Lares – Cusco y Huayana - Apurímac, pudieron presentar sus productos logrando ventas de más del 90%, de sus productos.
- Realización de una misión comercial a Lares – Cusco, donde dos empresarias de pequeñas empresas de transformación visitaron y conocieron las condiciones de producción de los agricultores de la agrobiodiversidad, llegando a acuerdos de desarrollar productos en base a los productos de la agrobiodiversidad de esta zona.

En todas estas oportunidades los demandantes (consumidores) han ponderado los productos presentados señalando sus cualidades e identificando algunas condiciones que deben cumplir para atender estos mercados.

Por otro lado, en los informes de estas actividades se señalan algunas limitantes, tales como:

- Hubo problemas en la ubicación de estas ferias y festivales, por tener una localización comercial inadecuada que no propició la participación masiva de los demandantes, teniendo como consecuencia que muchos de los participantes no vendan la totalidad de los productos que ofrecieron.
- No hubo la debida difusión de los eventos lo cual no permitió la presencia de demandantes en la cantidad que se esperaba.
- La organización de las ferias y festivales en algunos casos no consideró la oferta de servicios de alimentación, servicios higiénicos, etc. situación que limitaba el tiempo de presencia de los visitantes y limitaba sus compras.
- La poca frecuencia con que se realizan estos festivales y no tener un calendario definido que permita prever la participación de los productores y demandantes.
- En algunos casos, las ferias tienen un carácter más de exhibición que de comercialización, situación que genera malestar en los productores.

También, se tiene la experiencia de anteriores proyectos que promovieron la comercialización de productos de la agrobiodiversidad pero que tuvieron limitados resultados que en el mejor de los casos solo se dieron mientras los proyectos estuvieron vigentes. Es en este sentido se espera no repetir estas experiencias y tener propuestas innovativas en la identificación de mercados y de estrategias que aseguren la articulación sostenible de productos y servicios de la agrobiodiversidad.

Adicionalmente, con ocasión de los eventos de presentación del proyecto, se ha visitado las zonas de Acora – Puno, Lares – Cusco, Laria – Huancavelica y Huayana – Andahuaylas, los agricultores han manifestado la existencia de algunos mercados locales tradicionales donde venden o intercambian sus productos, del mismo modo han señalado la existencia de algunas ferias locales y regionales donde presentan sus productos de la agrobiodiversidad.

En suma, se han identificado algunos mercados potenciales para los productos y servicios de la agrobiodiversidad, entre los que destacan:

- Mercado de las pequeñas empresas de transformación que usan productos de la agrobiodiversidad. Este mercado tiene la característica de que los demandantes valoran las condiciones y modo de producción de los agricultores de la agrobiodiversidad y tienen la disposición de incluir en su oferta estas características como una forma de ganar competitividad. Su pequeña escala de producción permite que los agricultores puedan ajustar, su pequeña escala de producción y la versatilidad de las pequeñas empresas de transformación permite que se adapten a la estacionalidad de la producción de la agrobiodiversidad. Las experiencias iniciales de articulación entre estos dos actores, permite avizorar que hay grandes posibilidades de que lleguen a acuerdos mutuamente satisfactorios y eventualmente constituir cadenas de valor.
- Mercados tradicionales, locales. Son aquellos a los cuales los agricultores de la agrobiodiversidad acuden tradicionalmente y se encuentran cerca a los lugares de producción y los demandantes son familias y eventualmente acopiadores que conocen y aprecian los productos de la agrobiodiversidad, estos mercados tienen un dinamismo propio que es necesario conocer.
- Mercado de la Nostalgia o recuerdo, constituido por migrantes de las distintas zonas de trabajo del proyecto y que en grandes ciudades constituyen asociaciones que entre sus

diferentes actividades tienen la de organizar ferias anuales para que los agricultores de sus zonas de origen lleven sus productos y los ofrezcan para que los migrantes y sus familias, puedan acceder a estos productos y disfrutarlos con el añadido de ser espacios de reencuentro y remembranza de su tierra. Estos mercados, tienen la ventaja que los demandantes tienen una predisposición por demandar los productos de la agrobiodiversidad, conocen sus características, sus condiciones de producción, pero muchas veces no están bien organizados.

- Ferias locales y regionales. Son eventos normalmente organizados por los gobiernos locales y regionales, que, en ocasiones especiales, como el aniversario de la localidad o alguna fiesta patronal, buscan congregarse a visitantes y aprovechar esta ocasión para que agricultores de la agrobiodiversidad, presenten sus productos a los visitantes.
- Ferias nacionales. Últimamente algunas entidades del estado, organizaciones de productores a nivel nacional y otras, organizan ferias de la agrobiodiversidad, en la ciudad de Lima, con el propósito de que el público conozca los productos de la agrobiodiversidad, algunos de estos eventos tienen un carácter más de exposición y otros de comercialización.
- Mercados institucionales. Son los constituidos por los trabajadores de diversas instituciones públicas y privadas a quienes con cierta frecuencia se le ofrecen productos de la agrobiodiversidad.
- Mercado del estado a través de Qali Warma, desayunos escolares u otros, donde muchas veces se promociona el uso de productos de la agrobiodiversidad, pero todavía no se tienen evidencias de que se compren a pequeños productores de la ABD, como los que el proyecto GEF AGROBIODIVERSIDAD, pretende atender

En ese marco, se hace necesario para el proyecto contar con los servicios de una consultoría que caracterice, y evalúe estas diferentes opciones de promoción comercial para los productos y servicios de la agrobiodiversidad.

2. JUSTIFICACIÓN:

- En el marco de resultados reformulado del proyecto GEF Agrobiodiversidad, como meta del indicador de resultado a alcanzar se tiene el incremento en 25% de ingresos por ventas de la agrobiodiversidad. Esta meta constituye un gran reto que implica conocer bien las posibilidades de los mercados en los cuales los agricultores de la agrobiodiversidad, atendidos por el proyecto, deban participar
- Las características de la oferta de los agricultores, en cuanto volumen, diversidad, condiciones de producción, localización de su producción, etc. Hace necesario que al evaluar los mercados a los cuales atender se considere todas estas características.
- No se cuenta con información del potencial de demanda para productos y servicios de la agrobiodiversidad en los mercados identificados y otros por identificar.
- Disponer de información del potencial de demanda y las características y condiciones de la misma de los mercados identificados y otros, brindará elementos para definir las características de las acciones a desarrollar con los agricultores de la agrobiodiversidad para que puedan lograr una articulación comercial sostenible.

Por lo anteriormente señalado se hace necesario contratar los servicios de un equipo profesional que identifique y evalúe cada uno de los mercados mencionados.

3. OBJETIVO GENERAL DE LA CONSULTORÍA

Identificar, caracterizar y evaluar las diferentes opciones de mercado (a nivel de oferta y demanda) para productos y servicios de la agrobiodiversidad, para los agricultores de la agrobiodiversidad atendidos por el proyecto GEF AGROBIODIVERSIDAD.

4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA CONSULTORIA

- Plantear un marco conceptual para mercados orientados a los productores y servicios de la agrobiodiversidad.
- Identificar, caracterizar y evaluar mercados potenciales para servicios y productos de la agrobiodiversidad
- Priorizar y seleccionar los mercados con mayor potencialidad profundizando su caracterización (a nivel de oferta y demanda), y dimensionando sus posibilidades de dinamizar la oferta de los agricultores de la agrobiodiversidad atendidos por el proyecto GEF AGROBIODIVERSIDAD.
- Señalar las condiciones que deben cumplir los agricultores de la agrobiodiversidad, atendidos por el proyecto GEF AGROBIODIVERSIDAD, para participar sosteniblemente en los mercados identificados y evaluados
- Diseño de una estrategia metodológica, materiales y herramientas para la inserción de los agricultores en los mercados potenciales identificados.
- Diseñar la metodología para, evaluar los mercados identificados.
- Recolectar, procesar, analizar y sistematizar información.
- Elaborar el Documento Final de mercados potenciales para los servicios y productos de la agrobiodiversidad

5. LUGAR DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Ciudad de Lima y las cinco regiones del ámbito del Proyecto GEF Agrobiodiversidad

6. ACTIVIDADES A REALIZAR

- Revisar información secundaria referente a mercados para servicios y productos de la agrobiodiversidad y diseñar una sistematización de esta información que sea de utilidad para el proyecto.
- Recoger información primaria en la ciudad de Lima y en las cinco regiones del ámbito del proyecto para lo cual deberá alcanzar la propuesta metodológica y las herramientas a aplicar.
- Definir criterios para evaluar los mercados identificados, en función a su capacidad de dinamizar la oferta de servicios y productos de la agrobiodiversidad.
- Reuniones permanentes con el responsable del componente de mercados y signos distintivos del proyecto GEF AGROBIODIVERSIDAD y con el especialista que la DGDB designe. Las reuniones con el responsable serán a través del skype, o en la sede del proyecto en Cusco, y eventualmente en la ciudad de Lima.
- Desarrollo de talleres con facilitadores y representantes de organizaciones de productores en los cinco ámbitos del proyecto GEF AGROBIODIVERSIDAD, para lo cual deberá alcanzar el diseño y planificación de dichos talleres, así como la metodología, medios y materiales a usar.

- Reuniones con autoridades y trabajadores del gobierno central, regional y local con el propósito de conocer las propuestas y planes de apoyo a la comercialización de productos de la agrobiodiversidad, dentro de su ámbito.
- Analizar y sistematizar la información obtenida.
- Presentación y discusión de los resultados obtenidos en las cinco regiones del ámbito del proyecto y en la ciudad de Lima.
- Elaboración del informe final.

7. PRODUCTOS ENTREGABLES

- Plan de Trabajo detallado en función a las actividades previstas en el contrato. El plan de trabajo deberá tener un cronograma de actividades desagregadas en sub actividades y tareas, indicando plazos de ejecución. (Deberá ser presentado a los 10 días calendario de firmado el contrato).
- Presentación de informe: (a los 45 días de firmado el contrato) Mercados potenciales identificados, por lo menos 4 para cada región del ámbito del proyecto, para servicios y productos de la agrobiodiversidad. Y metodología de evaluación a aplicar.
- Presentación de segundo Informe: (a los 90 días calendario de firmado el contrato) Resultado de evaluación de mercados, mostrando los resultados de cada uno de los mercados evaluados, (con las fuentes de información para cada instrumento utilizado).
- Presentación de informe final: (a los 120 días calendario de firmado el contrato) El informe deberá contener:
 - La metodología utilizada para identificar, evaluar y seleccionar los mercados.
 - un marco conceptual para mercados orientados a los productores y servicios de la agrobiodiversidad.
 - La lista de mercados identificados, por lo menos 4 para cada una de las regiones del ámbito del proyecto
 - La caracterización de cada uno de los mercados evaluados y seleccionados.
 - Estrategia metodológica, materiales y herramientas para la inserción de los agricultores en los mercados potenciales identificados.
 - La lista y descripción de cada una de las herramientas utilizadas.
 - Adjuntar los medios de verificación, según el plan de trabajo aprobado.

8. PERÍODO DE EJECUCIÓN:

El plazo de ejecución de la consultoría es de 120 días contados a partir de la firma del contrato.

9. FORMA DE PAGO

N°	Informes	Plazo	% a pagar (s/.)
1	Plan de trabajo	10 días	
2	Primer informe	45 días	20%
3	Segundo Informe	90 días	40%
4	Informe Final	120 días	40%
Total			100%

10. AFECTACIÓN PRESUPUESTARIA

Código de la actividad: 2.1.1.14 Identificación de oferta, demanda y mercados de bienes y servicios de ABD.

11.PERFIL GENERAL DEL CONSULTOR

Equipo de consultores con experiencia en evaluación de mercados urbanos y rurales para productos de la agrobiodiversidad.

Profesional Líder del equipo:

- Profesional en economía, ciencias agrarias y carreras afines, con estudios especializados en administración de agronegocios, inteligencia de mercados, marketing, biocomercio y otros afines.
- Experiencia comprobada en la realización de evaluación de mercados
- Conocimiento práctico sobre producción y manejo de productos de la agrobiodiversidad de la sierra peruana.
- Experiencia en manejo de equipos de campo para el recojo de información tipo encuestas, entrevistas, etc.
- Manejo de técnicas de recojo, procesamiento y análisis de información de mercados.

Profesional de apoyo:

- Profesional en ciencias agrarias, biología, ingeniería industrial y carreras afines, con estudios especializados en producción y/o transformación de la agrobiodiversidad.
- Experiencia comprobada en trabajo de campo con pequeños agricultores de la agrobiodiversidad en los andes peruanos.
- Conocimiento de los mercados para servicios y productos de la agrobiodiversidad.
- Manejo de técnicas de trabajo de grupos y sistematización de información.

12. COORDINACIÓN Y SUPERVISIÓN

La presente consultoría es de responsabilidad y estará bajo el seguimiento del responsable del componente 2 del proyecto GEF AGROBIODIVERSIDAD y del especialista que designe la DGDB.

13.PROPIEDAD INTELECTUAL

Toda la información generada, publicada y otros derechos pasarán a ser propiedad del Proyecto GEF-AGROBIODIVERSIDAD, del Ministerio del Ambiente. De utilizar material producido para otro proyecto deberá citarse la fuente y la autoría de acuerdo a la normatividad vigente.

ANEXO No. 1 de los Términos de Referencia

DISTRITOS ÁMBITO DEL PROYECTO GEF AGROBIODIVERSIDAD

Localidades objetivo	Cuencas	Provincia	Región	Distrito
1. Acora	Blanco – llave	Puno	Puno	Ácora
2. Huayana	Ocharan- Pauche- Soras	Andahuaylas	Apurímac	Huayana
				Chiara
				San Miguel de Chacrampa
				Tomay Huaracca
3. Lares	Lares - Yanatile	Calca	Cusco	Lares
				Yanatile
4. Laria	Alauma - Mantaro	Huancavelica	Huancavelica	Laria
				Conaya
				Izcuchaca
				Nuevo Occoro
				Huando
5. Atiquipa		Caraveli	Arequipa	Atiquipa