Pliegos de Prescripciones Técnicas Particulares para la Contratación de Asesoría Técnica en Agroecología y Cadenas de Valor

I. Antecedentes

La acción forma parte del "Programa Frontera Norte: Territorio de Desarrollo y Paz" (PFN), en el que participa Alemania (GIZ), Naciones Unidas representada por ACNUR y AECID, con aportes financieros de la UE y cofinanciación de GIZ y AECID.

El trabajo de la AECID se centra en el eje de Desarrollo Productivo del programa Frontera Norte: Territorio de Desarrollo y Paz, influyendo en el fomento de cadenas de valor de los sectores económicos más relevantes, fomentando sistemas de producción agroecológica, la mejora del acceso a agua potable y saneamiento, la promoción del empleo juvenil en base al apoyo a emprendimientos, la provisión de sistemas financieros y el fomento de líneas de investigación aplicadas a los sistemas de producción agroecológicos. El Programa Frontera Norte, delegado a la AECID, cuenta con los siguientes componentes de trabajo:

- Mejorado el acceso a agua potable y saneamiento en comunidades rurales afectadas por los factores de riesgo fronterizos. Para este resultado se cuenta con las intervenciones contratadas a PROTOS y FEPP que se desarrollan en la provincia de Esmeraldas.

- Aumentada la capacidad para la producción agroecológica, seguridad alimentaria y comercialización, de los productores y productoras de la Frontera Norte. Para este resultado se cuenta con las intervenciones contratadas a CIP para la producción de papa y camote, CISP para la pesca y acuicultura, CEFA para la producción de plátano y yuca, Fundación Altrópico para la madera y productos forestales y Fundación Lunita Lunera con enfoque en la economía feminista en el ámbito de la agroecología.

- Nuevos y mejores mecanismos para la inclusión laboral de jóvenes. Para este resultado se cuenta con las intervenciones contratadas a Vicariato Apostólico de y PUCESE.

- Fortalecidos e impulsados los mecanismos de cooperación económica transfronteriza. Para este resultado se cuenta con la intervención contratada a la MNE (para todo el territorio).

Respecto al segundo componente de trabajo, TRAGSA tiene como actividad de intervención realizar asistencia técnica a las cadenas de valor estratégicas, principalmente las vinculadas a la agroecología y soberanía alimentaria. Se trabajó un diagnóstico de la situación actual de las cadenas de valor de productos agroecológicos y de la agricultura familiar campesina que ha permitido identificar y caracterizar acciones de apoyo que permitan desarrollar y consolidar las cadenas en las provincias de Sucumbíos, Esmeraldas, Carchi e Imbabura, dentro de las áreas de intervención del programa Frontera Norte.

En este diagnóstico se identificaron algunos puntos de interés como: i) cadenas de comercialización y distribución locales y nacionales, ii) apoyo a ferias de productores, iii) estrategias de poscosecha, iv) sistemas participativos de garantía agroecológicos, v) análisis de veracidad y eficacia de los bioinsumos.

De la matriz de priorización de líneas de apoyo, se definió tres líneas de trabajo a desarrollar a través de un proceso de asesoría técnica especializada:

1. Diseño e implementación de planes de manejo de finca para la obtención de sellos de AFC para socias/socios de las organizaciones participantes del programa FN

2. Diseño de una estrategia de distribución y vinculación de productos agroecológicos y de la AFC dentro y fuera del territorio del programa FN y elaboración de un plan de promoción y marketing de los productos

3. Estudios de análisis de la veracidad y utilidad real de los bioinsumos: composición nutricional, beneficios ambientales y productivos.

Es por ello que se requiere la contratación de un servicio técnico especializado en agroecología y cadenas de valor que ejecute los productos requeridos en las tres líneas de trabajo en función de los alcances y metodologías propuestas.

II. Alcances de las líneas de trabajo

El alcance general de la asesoría en agroecología y cadenas de valor es realizar un servicio técnico especializado para diseñar, ejecutar y sistematizar las acciones establecidas dentro de las 3 líneas de apoyo a la cadena de valor de agroecología. Esta asesoría deberá garantizar una articulación con todos los actores del programa Frontera Norte, así como una coordinación permanente con el equipo técnico de TRAGSA.

El servicio técnico, a partir de un breve análisis de la situación actual del programa FN y de la cadena de valor de agroecología en las provincias de intervención de FN realizará una propuesta técnica acorde a los alcances iniciales establecidos y tiempos de ejecución. Esta propuesta deberá ser aprobada por TRAGSA y la MNE.

Cada una de las 3 líneas de trabajo relacionadas al apoyo a la cadena de valor de agroecología tiene un determinado alcance, los cuales deben ser tomados en cuenta al momento de ejecutar las acciones y presentar los productos. A continuación, se presenta un resumen de los alcances de cada línea, sin embargo, anexo a estos términos de referencia, se presenta el detalle de alcances, metodología y productos a desarrollar por cada línea de trabajo.

1. Diseño e implementación de planes de manejo de finca para la obtención de sellos de AFC para socias/socios de las organizaciones participantes del programa FN

Objetivo principal	Diseñar e implementar planes de manejo de finca orientados a la facilitación de la obtención de sellos de AFC para socias/socios de las organizaciones participantes del programa FN que favorezcan un desarrollo eficiente de la producción familiar.
Alcance	El alcance de la presente asesoría técnica es el diseño y elaboración que planes de manejo de finca de socias y socios pertenecientes a las organizaciones que han participado del programa FN. Se partirá por un análisis y sistematización de las acciones que han instituciones como MAG, GAD provinciales en relación al diseño e implementación de sellos de la AFC / BPA. En esta sistematización se establecerá la metodología para el diseño e implementación de los planes de manejo de finca acorde a lo trabajado anteriormente y de los criterios para la obtención de los sellos de AFC / BPA. Posteriormente se seleccionará las socias / socios de las organizaciones que se ajusten a los criterios de obtención de AFC / BPA, con la finalidad de dar continuidad y mejoramiento a los resultados obtenidos de acciones previas en el territorio. A continuación, se levantará la información de las fincas seleccionadas, para su posterior análisis y elaboración de los planes de manejo de finca. El número de planes de manejo a elaborar será en al menos 25 fincas distribuidas en las 4 provincias (Esmeraldas, Sucumbíos, Carchi, Imbabura). La distribución de estos planes estará acorde al análisis de selección de las organizaciones y sus socios/as.
Metodología	La metodología para la presente asesoría técnica será propuesta considerando los siguientes aspectos: ▪ Debe ser una metodología participativa entre el extensionista y los agricultores. ▪ Debe existir coordinación y articulación entre los actores institucionales públicos y privados del territorio.

	▪ Debe existir un levantamiento de información en cada finca con criterios: linderos, legales, productivos, ambientales, sociales, organizativos, comerciales, entre otros. ▪ La metodología debe recoger los lineamientos y requisitos de las instituciones relacionadas al tema: MAG y GAD provinciales. ▪ La metodología debe recoger las experiencias recientes relacionadas al tema (planes de manejo de finca, obtención del sello AFC / BPA, producción familiar agrícola eficiente) que se hayan ejecutado en el territorio del programa FN. ▪ Por cada finca (total 25), se deberá realizar un análisis de suelo y agua acorde a los requerimientos de las instituciones rectoras y relacionadas al tema. ▪ Por cada finca se deberá levantar su perímetro, a través de instrumentos tecnológicos con buena resolución y bajo error (estaciones totales, dron, entre otros). ▪ Se deberá levantar una ficha por cada finca con información relacionada a componentes legales, perímetros, productivos, sociales, organizativos, ambientales y comerciales.
Productos	▪ **Producto 1. Informe de planificación,** que incluya: análisis y sistematización de las experiencias previas en el territorio, propuesta metodológica para levantamiento de información acorde a los criterios establecidos por instituciones relacionadas al tema (MAG, GAD provinciales, otros de importancia), selección de organizaciones y fincas por provincia (al menos 25 fincas en todo el territorio del programa FN), planificación de visitas, recorridos y entrevistas. ▪ **Producto 2. Informe de levantamiento de información,** que incluya: actividades desarrolladas en la etapa de campo, registro fotográfico de las actividades y anexos (análisis de suelos y aguas, fotografías aéreas, borrador de planes de manejo). ▪ **Producto 3. Planes de manejo,** que incluya: diagnóstico de cada una de las 25 fincas, propuesta de manejo, presupuestos y una guía metodológica para elaboración de planes de manejo de finca con anexos (fichas de levantamiento de información). Antes de su entrega, estos planes serán validados por los respectivos GAD provinciales y aprobados por el MAG.

2. Diseño de una estrategia de distribución y vinculación de productos agroecológicos y de la AFC dentro y fuera del territorio del programa FN y elaboración de un plan de promoción y marketing de los productos

Objetivo principal	Diseñar una estrategia de distribución y vinculación de productos agroecológicos y de la AFC dentro y fuera del territorio del programa FN y elaboración de un plan de promoción y marketing de los productos.
Alcance	A través del diagnóstico de la situación actual de las cadenas de valor de agroecología y agricultura familiar campesina (AFC) en el territorio del Programa Frontera Norte (FN) elaborado por TRAGSA, se estableció como una prioridad el apoyo a la comercialización de los productos agroecológicos y de la AFC. Actualmente la mayoría de los pequeños productores agroecológicos o de la AFC están vinculados al mercado directamente a través del intermediario. Un grupo de pequeños productores que tienen una capacidad logística y económica mayor, logran tener acceso a mercados mayoristas. Sin embargo, estos espacios de comercialización también están liderados por grupos de mayor tamaño que influencian el acceso y los precios. Hay un pequeño grupo de productores, que se encuentran organizados y que han logrado tener acceso a los Circuitos Alternativos de Comercialización (CIALCOS), diseñados y ejecutados por el MAG con el apoyo de los Gobiernos Locales, sin embargo estos espacios en muchos casos han desaparecido por falta de recursos y asistencia técnica, otros se mantienen con muchas dificultades y otros han sido cedidos a las organizaciones, quienes con el apoyo de los GAD locales y cooperación internacional han sostenido los procesos de comercialización. Dentro de este grupo de ferias que se mantienen, hay algunas dificultades como: i) los volúmenes que se comercializan son menores y no representan la totalidad de la producción que tiene un productor, ii) no hay una buena administración ni organización de los espacios, iii) los intermediarios tienen capacidad de influir. Existen también las “ferias agroecológicas” destinadas exclusivamente para productos provenientes de productores agroecológicos. Estos espacios muchas veces son cerrados, propuestos para colectivos, asociaciones o grupos determinados, lo que dificulta la integración de más productores. Por lo mencionado anteriormente, se plantea un estudio que permita identificar y gestionar canales de comercialización permanentes, estables y seguros, que permitan mayores volúmenes de

	comercialización. Estos canales de comercialización deben identificarse al interior del territorio del programa FN (provincias de Imbabura, Carchi, Esmeraldas y Sucumbíos) y en las principales ciudades como Quito, Guayaquil, Cuenca y Santo Domingo.
Metodología	Para la definición, desarrollo y gestión de esta estrategia de comercialización es necesario realizar un análisis del entorno de las organizaciones y sus productos, para lo cual se propone que el estudio contemple el siguiente alcance. **Análisis de las cadenas de valor: oferta** En esta primera etapa se propone el análisis de la oferta de las cadenas de valor de los productos / asociaciones identificadas. Se partirá de la identificación de organizaciones de productores agroecológicos en el territorio del programa FN y una posterior priorización tomando en cuenta el nivel de fortalecimiento, productos elaborados, oferta y localización. Posteriormente se caracterizará algunos aspectos importantes a nivel de oferta como: volúmenes de producción, presentaciones de los productos, costos de producción, precios de ventas, punto de equilibrio y rentabilidad. También se analizará el estado de la infraestructura productiva y su capacidad instalada. Finalmente se identificará y caracterizará actores de apoyo en la cadena de valor de los productos a fin de establecer relaciones de apoyo y comerciales. **Análisis de las cadenas de valor: demanda** A partir de la caracterización de actores, en esta segunda etapa se propone una identificación y caracterización de su demanda, estableciendo parámetros como: necesidades de productos, volúmenes de productos requeridos, periodicidad, parámetros de calidad y presentación, precios, márgenes de rentabilidad, ubicación. Este análisis de demanda se deberá realizar en dos niveles geográficos: i) a nivel del territorio de intervención del programa Frontera Norte (provincias Esmeraldas, Sucumbíos, Carchi e Imbabura) y ii) a nivel nacional en ciudades como Quito, Santo Domingo, Guayaquil y Cuenca. Un punto importante a desarrollar es un análisis de la logística (movilización) de las cadenas de distribución de los productos desde los lugares de producción hasta las zonas de comercialización. **Gestión de los canales de distribución** En esta etapa se proponen hacer acercamientos y acuerdos con los potenciales clientes dentro y fuera del territorio del programa FN, a fin de entregar muestras para análisis, negociación de precios y

	cantidades de comercialización, periodicidad de entregas, análisis de costos, entre otros. A partir de estos acuerdos se establecerá un modelo de gestión de esta cadena de distribución que permita cumplir con los acuerdos y que se generen los procesos de comercialización de forma permanente y eficiente. **Estrategia de marketing y promoción digital** En esta última etapa se proponen el diseño y desarrollo de una propuesta de marketing y promoción digital de los productos que serán parte de este estudio, con la finalidad de contar con insumos acorde a la tecnología actual, que permitan promocionar con más clientes y participar de otros espacios de comercialización. Se deberá desarrollar un branding digital, es decir el diseño de identidad de marca de los productos, para que sea relevante e interesante. Posteriormente como estrategia de marketing digital se elaborará un "catálogo digital" con todos los productos parte del estudio.
Productos	▪ **Producto 1. Informe de la etapa de análisis de las cadenas de valor: oferta,** que incluya por cada organización identificada el análisis de volúmenes, precios, costos de producción, análisis de competitividad, márgenes de rentabilidad, presentaciones, temporalidad, estado de la infraestructura, capacidad instalada, actores relacionados a la cadena, en un escenario de comercialización directa, organizada a través de circuitos cortos. ▪ **Producto 2. Informe de la etapa de análisis de las cadenas de valor: demanda,** que incluya caracterización de los clientes a nivel local (territorio FN) y nacional con información de volúmenes de compra, precios, márgenes de rentabilidad, requerimientos de calidad y presentación, periodicidad de entregar y análisis de la logística para los procesos de comercialización. ▪ **Producto 3. Informe de la estrategia de comercialización y cadena de distribución de los productos**, que incluya, el diseño de instrumentos de organización y funcionamiento de circuitos cortos, análisis beneficio-costo de los espacios de comercialización y ventajas comparativas, el modelo de gestión de la cadena de distribución desde las zonas de producción a las de comercialización, logística, análisis de costos, informe de gestiones y negociaciones realizadas y un plan de entregas piloto. ▪ **Producto 4. Informe de la estrategia de marketing y promoción,** que incluya el desarrollo de la estrategia de branding, el catálogo digital de productos y estrategia de promoción.

3. Estudios de análisis de la utilidad real de los bioinsumos: composición nutricional, beneficios ambientales y productivos.

Objetivo principal	Diseñar e implementar un estudio de análisis de la utilidad real de los bioinsumos: composición nutricional, beneficios ambientales y productivos.
Alcance	Actualmente la mayor parte de proyectos dentro del territorio del programa FN, están orientados al manejo agroecológico de la producción agropecuaria. Dentro de las actividades que proponen para la transición de agricultura convencional a agroecológica es la elaboración y usos de bioinsumos, es decir de abonos orgánicos y preparados (macerados, caldos, infusiones) para fertilizar el suelo y controlar plagas, respectivamente. Existen muchas recetas para la preparación de estos bioinsumos, dependiendo de la zona y disponibilidad de materiales, sin embargo, la constante es la utilización de insumos que provengan de la misma finca campesina: residuos vegetales, excremento de animales, aguas grises, entre otros. Los bioinsumos ayudan a mejorar la eficiencia en la nutrición y sanidad vegetal, agregando valor en origen y aumentando el rendimiento de manera sostenible. Se conocen de múltiples beneficios productivos, ambientales y económicos de los bioinsumos en la agricultura. Sin embargo, debido a la variabilidad de los materiales que se utilizan para su elaboración, no se conoce con certeza su composición química real, ni los beneficios reales a los cultivos y ambiente. Al no ser productos con una concentración estándar, se desconoce el aporte de nutrientes que se entrega a las plantas o la concentración para prevenir el ataque de una plaga determinada. Por lo mencionado anteriormente, el alcance del presente estudio propone analizar y establecer los beneficios productivos y ambientales reales de los bioinsumos en la agricultura. Para ello se propone una investigación con enfoque participativo, que vincule a la Academia (universidades e institutos tecnológicos) con las organizaciones de agricultores agroecológicos para diseñar y desarrollar parcelas o lotes que permitan establecer los beneficios reales de la aplicación de bioinsumos.
Metodología	La metodología para el presente estudio será propuesta por el servicio técnico, considerando los siguientes aspectos: ▪ Debe ser una metodología participativa que relacione a la Academia con los agricultores.

	▪ Debe existir coordinación y articulación entre la Academia, actores institucionales públicos y privados del territorio y organizaciones. El contratante deberá gestionar todos los acuerdos para la participación de la Academia. ▪ Cada institución académica participante deberá ubicar un lote o parcela para montar el ensayo. Esta deberá estar, preferentemente, en una zona de producción agroecológica u orgánica. ▪ La metodología de desarrollo de la investigación deberá ser acordada y homologada por todas las instituciones educativas participantes. ▪ La metodología debe establecer variables productivas y ambientales que evidencien los beneficios de la elaboración y aplicación de bioinsumos en los cultivos.
Productos	▪ **Producto 1. Informe de planificación,** que incluya: convenios / acuerdos con las instituciones educativas participantes, croquis de ubicación de las parcelas / lotes para montar los ensayos, metodología aprobada por todas las instituciones educativas. ▪ **Producto 2. Informe de implementación de ensayos,** que incluya: la caracterización de la producción de la AFC desde las necesidades de su producción y limitación de sus suelos para el diseño de la investigación, registro fotográfico de la implementación de los ensayos y avances en el registro de datos. ▪ **Producto 3. Informe de sistematización,** que incluya: los resultados finales obtenidos de todos los ensayos que evidencien los beneficios de la elaboración y uso de bioinsumos y propuesta de mejoras en la producción y uso de estos bioinsumos adaptados a los principales patrones de suelos y características de los principales rubros de producción de la AFC

III. Medios humanos de la empresa consultora

El equipo de trabajo estará conformado por especialistas con experiencia en temas relacionados a cadenas de valor y agroecología. La estructura mínima requerida para ejecutar las acciones dentro de las 3 líneas de apoyo es:

- 1 Coordinador de la investigación, ingeniero agrónomo o similar con más de 10 años de experiencia: liderará el proceso administrativo y metodológico de la asesoría técnica. Coordinará y articulará todas las acciones con los actores relacionados al programa FN.

- 2 Ing. Agrónomos o afines de más de 5 años de experiencia, especialista en Agroecología: asesorará y dará seguimiento en los aspectos técnicos relacionados a la agroecología.

- 1 Ing. Agrónomo, Economista o afines, con experiencia de al menos cinco años como especialista en comercialización y desarrollo económico: asesorará y dará seguimiento en los aspectos técnicos relacionados a cadenas de valor, comercialización y desarrollo económico.

- 1 Ing. Agrónomo o afín con experiencia en al menos un año en asistencia técnica, sistemas de producción, planificación de finca o producción de bioinsumos.

- Al menos 6 técnicos para Equipo técnico de campo: ejecutarán acciones en cada uno de los territorios/zonas de trabajo en función de la propuesta acordada y productos a obtener. Este equipo será multidisciplinar en áreas relacionadas a la agroecología y cadenas de valor.

IV. Productos a entregar

Los productos que la empresa consultora deberá entregar son:

Productos	***Descripción***
Cronograma y plan de trabajo	
Propuesta	**Propuesta, plan y cronograma de trabajo actualizado**, a los 5 días de la firma del contrato
Informe de ejecución	
Producto 1	**Informe final de la ejecución de los productos en las 3 líneas de apoyo,** que incluya: detalle de actividades, resultados obtenidos y los productos finales obtenidos por cada línea.
Diseño e implementación de planes de manejo de finca para la obtención de sellos de AFC para socias/socios de las organizaciones participantes del programa FN	
Producto 1	**Informe de planificación**, que incluya: análisis y sistematización de las experiencias previas en el territorio, propuesta metodológica para levantamiento de información acorde a los criterios establecidos por instituciones relacionadas al tema (MAG, GAD provinciales, otros de importancia), selección de organizaciones y fincas por provincia (al menos 25 fincas en todo el territorio del programa FN), planificación de visitas, recorridos y entrevistas.
Producto 2	**Informe de levantamiento de información,** que incluya: actividades desarrolladas en la etapa de campo, registro fotográfico de las actividades y anexos (análisis de suelos y aguas, fotografías aéreas, borrador de planes de manejo).
Producto 3	**Planes de manejo**, que incluya: diagnóstico de cada una de las 25 fincas, propuesta de manejo, presupuestos y una guía metodológica para elaboración de planes de manejo de finca con anexos (fichas de levantamiento de información). Antes de su entrega, estos planes serán validados por los respectivos GAD provinciales y aprobados por el MAG.

Productos	*Descripción*
Diseño de una estrategia de distribución y vinculación de productos agroecológicos y de la AFC dentro y fuera del territorio del programa FN y elaboración de un plan de promoción y marketing de los productos	
Producto 1	**Informe de la etapa de análisis de las cadenas de valor**: **oferta,** que incluya por cada organización identificada el análisis de volúmenes, precios, costos de producción, análisis de competitividad, márgenes de rentabilidad, presentaciones, temporalidad, estado de la infraestructura, capacidad instalada, actores relacionados a la cadena, en un escenario de comercialización directa, organizada a través de circuitos cortos.
Producto 2	**Informe de la etapa de análisis de las cadenas de valor: demanda**, que incluya caracterización de los clientes a nivel local (territorio FN) y nacional con información de volúmenes de compra, precios, márgenes de rentabilidad, requerimientos de calidad y presentación, periodicidad de entregar y análisis de la logística para los procesos de comercialización.
Producto 3	**Informe de la estrategia de comercialización y cadena de distribución de los productos**, que incluya, el diseño de instrumentos de organización y funcionamiento de circuitos cortos, análisis beneficio-costo de los espacios de comercialización y ventajas comparativas, el modelo de gestión de la cadena de distribución desde las zonas de producción a las de comercialización, logística, análisis de costos, informe de gestiones y negociaciones realizadas y un plan de entregas piloto.
Producto 4	**Informe de la estrategia de marketing y promoción**, que incluya el desarrollo de la estrategia de branding, el catálogo digital de productos y estrategia de promoción.
Estudios de análisis de la veracidad y utilidad real de los bioinsumos: composición nutricional, beneficios ambientales y productivos.	
Producto 1	**Informe de planificación**, que incluya: convenios / acuerdos con las instituciones educativas participantes, croquis de ubicación de las parcelas / lotes para montar los ensayos, metodología aprobada por todas las instituciones educativas.
Producto 2	**Informe de implementación de ensayos**, que incluya: la caracterización de la producción de la AFC desde las necesidades de su producción y limitación de sus suelos para el diseño de la investigación, registro fotográfico de la implementación de los ensayos y avances en el registro de datos.
Producto 3	**Informe de sistematización**, que incluya: los resultados finales obtenidos de todos los ensayos que evidencien los beneficios de la elaboración y uso de bioinsumos y propuesta de mejoras en la producción y uso de estos bioinsumos adaptados a los principales patrones de suelos y características de los principales rubros de producción de la AFC

Estos productos serán entregados siguiendo el cronograma facilitado por el adjudicatario y deberán ser aprobados por TRAGSA.

V. Presupuesto y forma de pago

El presupuesto base de licitación, igual al valor estimado del contrato sin impuestos, establecido para la consultoría en asesoría a la cadena de valor de productos agroecológicos es de 110.000 USD (ciento diez mil dólares americanos).

La forma de pago será según los productos entregados y aprobados por TRAGSA, siguiendo el plan y cronograma actualizados de trabajo, y según e cuadro de precios ofertado por el adjudicatario, siempre estando el total por debajo del presupuesto base de licitación publicado en los pliegos.

VI. Cronograma de trabajo

El cronograma de trabajo se presentará a los 5 días tras la firma del contrato y habrá de ajustarse al plazo máximo ofertado. En este cronograma se establecerán también los hitos parciales.

Deberá ser aprobado por TRAGSA.

Sobre los plazos parciales y totales establecidos en el cronograma aprobado, se aplicarán las penalidades indicadas en los pliegos.

El plazo máximo establecido es de 5 meses, teniéndose en cuenta el finalmente adjudicado.