

TÉRMINOS DE REFERENCIA PARA ESTUDIO DE MERCADO PARA PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS DE LA MELIPONICULTURA

I. ANTECEDENTES

El Instituto de Capacitación del Oriente I.C.O. es una asociación civil que tiene como misión formular e implementar propuestas de fortalecimiento económico y político de la población pobre de los valles Cruceños para que mejoren sus condiciones de vida, a través de proyectos y en alianza con gobiernos locales y organismos de cooperación internacional.

Uno de los proyectos que el I.C.O. ejecuta es de *Fortalecimiento de la producción agropecuaria sostenible y la seguridad alimentaria en 7 comunidades vulnerables del Municipio de Vallegrande - Bolivia*, cuyo objetivo general es: **“Mejora de las condiciones SAN de la población rural del Municipio de Vallegrande”** y de manera específica: “Mejorar la disponibilidad de alimentos diversificados y su consumo a nivel de las familias de 7 comunidades rurales particularmente vulnerables en la zona sur del Municipio de Vallegrande”.

En el proyecto se plantea como uno de sus resultados, el inicio de un proceso de implementación de la **meliponicultura**. La meliponicultura es la crianza de abejas silvestres sin aguijón “Meliponini”. Como producto se obtiene la miel, en general, es más líquida que la de Apis melífera, tiene una utilización ligada mayormente a fines medicinales que alimenticios. La producción de kilos por colmenas es 4 o 5 veces menor que la de las abejas del género Apis.

La meliponicultura se caracteriza por ser una actividad económicamente viable, muy sencilla y de fácil implementación y mantenimiento dentro de los sistemas de producción campesinos ya que no interfieren con las actividades propias del campo y tienen la ventaja de que aportan grandes beneficios a través de la polinización.

Los bosques cumplen una función importante ya que brindan el hábitat a gran número de plantas y animales. Por lo que la sobreexplotación de los árboles y los bosques ha provocado la disminución del número de colonias de abejas de todas las especies. Las poblaciones de abejas sin aguijón (abejas nativas de los trópicos y subtrópicos) se han visto reducidas por la ausencia de vegetación, por lo que la deforestación se ve como una amenaza al papel que las abejas ejercen en la polinización de las plantas con flor

Las abejas sin aguijón poseen muchas características que realzan su importancia como polinizadores y eventualmente para su utilización en programas forestales. Las abejas sin aguijón cuentan con diversas ventajas que las hacen deseables para su uso en polinización de algunos cultivos, dentro de las que se destacan:

- Su capacidad de forrajear bajo condiciones de invernadero sin representar riesgos para los operarios.
- Las reinas fecundadas no pueden volar, de modo que no se presenta la enjambrazón evasiva (estrategia que utiliza la abeja africanizada para abandonar el sitio donde tiene establecido su nido y migrar a otro lugar, en respuesta a condiciones ambientales adversas o a cualquier cosa que amenace la supervivencia de la colonia).
- Son resistentes a los parásitos y enfermedades que atacan a Apis melífera.

- Bajo costo de implementación, mantenimiento, equipos e insumos. El «pie de cría» inicial puede obtenerse directamente del medio y, posteriormente, multiplicarse en cautiverio; se requieren pocas herramientas de manejo y pueden utilizarse materiales locales para la construcción de colmenas y meliponarios.
- Baja inversión en tiempo y mano de obra; el cuidado de meliponarios puede ser realizado por cualquier miembro de la familia.
- Fuente de ingresos complementaria y que no interfiere con otras actividades productivas.
- Docilidad y fácil manejo. Las colmenas pueden mantenerse cerca de la casa sin riesgo.
- Sostenible ambientalmente, además de prestar servicios ambientales a los agro ecosistemas a través de la polinización.
- Productos de muy buena calidad para la alimentación y uso medicinal, mercado insatisfecho y buenos precios.
- Otro potencial muy importante de la meliponicultura es que se puede utilizar en la polinización dirigida de cultivos. Algunos beneficios agronómicos de la polinización incluyen, entre otros, el mejoramiento en la calidad de los frutos e incrementos en la producción.

II. ALCANCE TERRITORIAL

El Estudio de Mercado para los productos y subproductos para la meliponicultura, se realizará en, en los mercados de las capitales de La Paz, Santa Cruz, Cochabamba y Sucre del Estado Plurinacional de Bolivia.

III. OBJETIVOS:

A. Objetivo General

Contar con información adecuada y suficiente sobre la dinámica del mercado para los productos y subproductos de la meliponicultura, para orientar a las familias productoras de los Valles Cruceños en la toma de decisiones correctas en la planificación, la producción y comercialización productos y subproductos de la meliponicultura

B. Objetivos Específicos

- 1) Caracterizar el estado actual del mercado para los productos y subproductos de la meliponicultura en Bolivia.
- 2) Conocer la demanda existente en los principales mercados de Bolivia, de los productos y subproductos de la meliponicultura
- 3) Análisis de mercado para conocer las características del sistema de comercialización de los productos y subproductos de la meliponicultura.
- 4) Conocer la capacidad de oferta de productos y subproductos de la meliponicultura.
- 5) Definir estrategias de comercialización para los productos y subproductos de la meliponicultura.

IV. METODOLOGÍA

El estudio será realizado con información secundaria existente relacionada a la producción y comercialización de productos y subproductos de la meliponicultura, con información primaria de

productores y asociaciones existentes en Bolivia, con consumidores, centros de ventas de minoristas, mercados, empresas de comercialización, con empresas estatales consumidoras de estos productos o potenciales consumidoras. El estudio debe estar contextualizado con el contexto internacional con los países que se dedican a la meliponicultura.

Si bien el estudio de mercado será realizado para los productos y subproductos de la meliponicultura, se deberá resaltar un apartado a lo largo del informe específicamente para los productos y subproductos de la Señorita (Trigona, tetragonisca angustula).

Para el levantamiento de información primaria, las personas proponentes deberán elaborar las herramientas según grupo meta de recogida de información.

La realización del estudio de mercado para los productos y subproductos de la meliponicultura, estarán orientados por los objetivos específicos según los siguientes:

- Para cumplir con el Objetivo 1) se realizarán:
 - Recopilar toda la información existente relacionada a la meliponicultura a nivel nacional
 - Recurrir a información secundaria a nivel regional, nacional e internacional. (diagnósticos, estudios, planes, proyectos, website, revistas, artículos, informes, tesis) y todo lo relacionado con la meliponicultura.
 - Para tener un panorama completo de la comercialización de los productos y subproductos de la meliponicultura, se deberá sistematizar la información de todas las abejas meliponas existentes en Bolivia, con énfasis en la señorita (Trigona tetragonisca angustula).
- Para cumplir con el objetivo 2) se realizarán:
 - Encuestas a personas, asociaciones, supermercados, centros de ventas minoristas, empresas, y otros.
 - Entrevistas semiestructuradas personalizadas, compradores individuales, en los centros de consumo, mercados, supermercados, empresas privadas, empresas estatales.
 - Aplicar entrevistas a compradores individuales, a centros de consumo, mercados, supermercados, empresas privadas, empresas estatales, para determinar los productos y subproductos de mayor demanda, volúmenes, épocas, y forma de empaque.
- Para cumplir con el objetivo 3):
 - Investigar las características del sistema de comercialización en los centros de consumo destino de los productos y subproductos de la meliponicultura, formas, empaques, origen, volúmenes, natural o procesada, para consumo local o para otros mercados.
 - Como funcionan los mecanismos y canales de mercadeo, de cuantas manos pasan los de los productos y subproductos de la meliponicultura hasta llegar a su destino final (consumidor).
 - Estudiar las competencias y volúmenes de producción de los productos y subproductos de la meliponicultura, del contexto internacional con los países dedicados a la meliponicultura.
- Para cumplir con el objetivo 4):
 - Aplicar entrevistas a productores y asociaciones para conocer los volúmenes de producción a nivel nacional; volúmenes por variedad las más principales con énfasis en

la Señorita de los productos y subproductos de la meliponicultura, épocas, costos de producción, tecnología de producción, comercialización y/o procesamiento, inversiones para el sector.

- Aplicar entrevistas a las autoridades municipales, de las gobernaciones, entidades estatales, con el fin de determinar la existencia de políticas de apoyo, programas y proyectos en la parte técnica y financiera.
- Para cumplir con el objetivo 5):
 - Elaborar un directorio de personas, grupos y empresas de consumidores actuales y de potenciales consumidores, registrando de igual forma, los volúmenes de demanda actual y posibles crecimientos en las demandas de productos y subproductos de la meliponicultura.
 - Contar con información de volúmenes y demanda de personas, grupos y empresas que con intenciones de compras y capacidad económica para la adquisición.
 - Formular estrategias de aperturas, crecimiento, posicionamiento, marketing y mercadeo para los productos y subproductos de la meliponicultura.
 - Generar un directorio de los proveedores de servicios de asesoramientos, insumos, tecnologías necesarias para el desarrollo de la meliponicultura.

V. PRODUCTOS OBJETO DEL ESTUDIO

Se consideran productos objeto del estudio los siguientes:

- Directorio de proveedores de insumos para la meliponicultura.
- Directorio de consumidores y potenciales consumidores de productos y subproductos de la meliponicultura (*personas, empresas privadas y públicas, mercados, supermercados, organizaciones varias, y otros*).
- Informe final de estudio de mercado, (*con información de soporte base de datos de análisis de todas las variables*), en el informe se debe incluir las conclusiones, las recomendaciones, y sugerencias para la comercialización de los productos y subproductos de la meliponicultura.
- Estrategias para el mercadeo de productos y subproductos de la meliponicultura, tomando en cuenta el origen y destino.

VI. PLAZO

El plazo para la entrega del informe final del Estudio de Mercado será hasta el 30 de noviembre del año en curso.

VII. PERFIL REQUERIDO

Las personas interesadas en presentar sus propuestas, pueden ser desde el nivel de licenciaturas o ingeniería, del área económica, comercial, o marketing, con experiencia de estudios similares realizados de forma directa o hayan sido parte de equipos de estudio.

VIII. PRESENTACION DE PROPUESTAS

Las personas interesadas deberán enviar su CV y breve propuesta de trabajo para la realización del estudio de mercado por e-mail, a las siguientes direcciones: direccion@ico-bbo.org y a daniela.cardenas@icu.it hasta el día 13 de septiembre de 2019.

La propuesta debe incluir al menos la siguiente información:

- CV detallado del consultor o consultora, o, en su caso, de los integrantes del equipo consultor.
- PROPUESTA TÉCNICA: Plan de trabajo tomando en cuenta los objetivos específicos y la metodología de trabajo para la consecución de los resultados del estudio.
- PROPUESTA ECONÓMICA: Presupuesto estimado para la realización de la consultoría.

IX. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

| Cronograma | Meses | | |
|---|------------|---------|-----------|
| | Septiembre | Octubre | Noviembre |
| 1. Proceso de invitación, calificación y contratación | ■ | | |
| 2. Caracterizar el estado actual de la meliponicultura en Bolivia en el contexto internacional | | ■ | |
| 3. Conocer la demanda existente en Bolivia, en los centros de comercialización los productos y subproductos de la meliponicultura, tanto en su estado natural como procesado. | | ■ | |
| 4. Analizar mercado para conocer las características del sistema de comercialización en los centros de consumo destino de los productos y subproductos de la meliponicultura | | ■ | |
| 5. Conocer la capacidad de oferta de productos y subproductos de la meliponicultura. | | | ■ |
| 6. Definir estrategias de comercialización para los productos y subproductos de la meliponicultura. | | | ■ |
| 7. Generar directorio de consumidores y proveedores de insumos para el desarrollo de la meliponicultura. | | | ■ |

Vallegrande, agosto 30 de 2019

Instituto de Capacitación del Oriente