

## TÉRMINOS DE REFERENCIA (CONSULTORÍA PERSONA NATURAL)

### SONDEO DE MERCADO PARA LOS PRODUCTOS Y SUBPRODUCTOS DE LAS CADENAS DE VALOR CON ENFOQUE AGROECOLÓGICO DE TARWI Y ORÉGANO

#### 1. ANTECEDENTES

El Plan de Desarrollo Económico Social (PDES 2021-2025) del Estado Plurinacional de Bolivia es un instrumento de planificación de mediano plazo, que impulsa el modelo Económico Social Comunitario Productivo (MESCP) donde el Estado gestiona los excedentes a partir de los sectores estratégicos y la asignación hacia el sector generador de ingresos, empleo y optimiza las capacidades y potencialidades productivas para la diversificación de la matriz productiva a través de la industrialización y reducción de las importaciones e impulsa la seguridad alimentaria con soberanía. En ese marco la Agroecología y Producción Ecológica contribuyen significativamente a esa meta.

El Plan Sectorial de Desarrollo Integral del (PSDI 2021-2025) del Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras (MDRyT) impulsa una política de producción agrícola que favorece a los pequeños y medianos agricultores, que involucran al 75% de las unidades productivas agrícolas del país (agricultura familiar y productores ecológicos).

La búsqueda de la autosuficiencia alimentaria en los cultivos básicos/estratégicos se da desde el MDRyT como ente líder del sector a través de la implementación de quince Programas Nacionales que pueden efectivamente integrar los elementos y principios de la "transición agroecológica". Para promover la inclusión, el apoyo a los pequeños y medianos productores de la agricultura familiar y contribuir a la autosuficiencia y seguridad alimentaria con soberanía a través del enfoque agroecológico desde el MDRyT se propone sentar las bases para la transición agroecológica

El Programa Desarrollo Rural Agroecológico y Resiliente al Clima (ProResiliente) es una iniciativa de cooperación bilateral y asistencia técnica entre la Cooperación Alemana, la Unión Europea (EU) y el Ministerio de Desarrollo Rural y Tierras (MDRyT) ejecutado por la GIZ, que promueve el fortalecimiento de los procesos de transición agroecológica y resiliente al clima en los diferentes niveles del sistema agroalimentario en la macroregión Valles. ProResiliente ha previsto realizar un sondeo de mercado para ocho cadenas de valor agroecológicas (ají, durazno, maní, amaranto, tarwi, orégano, miel y uva) que permita orientar de manera estratégica la producción hacia el mercado (*es decir qué vender, dónde, cómo y para quién a un mejor precio*) bajo un enfoque dirigido a identificar las oportunidades y brechas de mercado actuales y potenciales.

Con este servicio de consultoría se pretende profundizar en el análisis del funcionamiento del mercado para las cadenas de valor con enfoque agroecológico de **“tarwi y orégano”** en los mercados del eje central del país (La Paz, Cochabamba y Santa Cruz) y las ciudades de Sucre y Tarija para mejorar la eficiencia y sostenibilidad de estos rubros productivos. El sondeo de mercado estará orientado a la identificación de oportunidades y caracterización de los mercados actuales y potenciales.

## 1. OBJETIVO GENERAL

Desarrollar un sondeo de mercado que permita identificar las oportunidades comerciales para productos y subproductos de las cadenas de valor agroecológicas de **tarwi y orégano**, describiendo las características y factores críticos del mercado (*nacional e internacional*) con énfasis en el eje central del país y la macro región Valles.

## 2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar y caracterizar los mercados públicos<sup>1</sup> y privados<sup>2</sup> (actuales y potenciales) que presenten oportunidades significativas de desarrollo, con el fin de optimizar la estrategia de vinculación con los agentes de las cadenas de valor con enfoque agroecológico de **tarwi y orégano**.
- Determinar y analizar las brechas, oportunidades y factores críticos para la articulación sostenible de los agentes de las cadenas de valor con enfoque agroecológico de **tarwi y orégano** con los principales mercados públicos y privados del eje central, la macro región Valles y mercado externo.
- Proponer recomendaciones de acciones de corto y mediano plazo orientadas a la reducción de brechas y aprovechamiento de oportunidades para la vinculación de los agentes de la cadena de valor con enfoque agroecológico en los mercados públicos, privados y con potencial de escalamiento en el comercio internacional.

## 3. ACTIVIDADES O FUNCIONES ESPECÍFICAS PARA DESARROLLAR

### OE 1:

- Coordinación con el Equipo Técnico del Programa ProResiliente para la planificación, ejecución, análisis y presentación de los resultados del sondeo.
- Recopilación y análisis de información secundaria de mercado de los últimos 5 años identificando: volúmenes de importación, exportación, temporalidad y variaciones en la oferta y demanda<sup>3</sup>, principales mercados, principales productos, comportamiento de los precios, etc.
- Identificación y coordinación con actores clave en mercados públicos y privados potenciales para recabar información respecto a sus condiciones de demanda.
- Desarrollar entrevistas, grupos focales u otras actividades de recolección de información con los agentes del mercado (ej. mayoristas, minoristas, intermediarios, entre otros).
- Identificación y utilización de criterios de priorización de mercados públicos y privados con mayores capacidades para articularse de forma sostenible con los agentes de la cadena, para los productos agroecológicos.

---

<sup>1</sup> Mercados públicos: Explorar la demanda del SEDEM y sus empresas estratégicas (ej. EbA, EMAPA, EEPAF; Apromiel, Subsidios y otras) vinculadas a las cadenas. A nivel subnacional mercado de la Alimentación Complementaria Escolar (ACE) y otras compras estatales.

<sup>2</sup> Mercados privados: Empresas, microempresas (PyMES), cadenas de supermercado, tiendas ecológicas, ferias identificadas con potencial de compra.

<sup>3</sup> Señala si existen periodos a lo largo del año en los que existan variabilidad en oferta y demanda.

- Relevamiento de información primaria en mercados priorizados identificando: Precios y tendencias por mercado incluyendo un análisis de la estacionalidad en la oferta y demanda, caracterización de producto, competencia nacional, perfiles de productos comercializados, volúmenes demandados, frecuencia, precio, presentación, canales de distribución, métodos de pago, requisitos legales (ej. certificación, sanitarios, de inocuidad, impuestos, etc.), posibilidad de ampliar volúmenes de compra (en que periodos), posibilidad de ampliar a otros proveedores, entre otros; asegurando la consistencia de la información.
- Identificación de productos con alto potencial de demanda del mercado local, regional (municipal/departamental), nacional y/o mercado externo.
- Estimación del potencial de incremento de la demanda de los mercados priorizados.
- Clasificación de los tipos de mercados público y privados de acuerdo con sus estándares y características.
- Sistematización y digitalización de la información construyendo una base de datos (Excel u otro programa de software libre).

#### **OE 2:**

- Análisis de los principales factores críticos externos (ej. aspectos políticos, legales, comportamiento del mercado, económicos, geográficos, ambientales, etc.) vinculados a las cadenas de valor agroecológicas que impiden/ayudan a la articulación con los principales mercados públicos y privados del eje central y de la macro región Valles.
- Análisis y priorización de los factores críticos internos del mercado que impiden/ayudan a la articulación con los principales mercados públicos y privados del eje central y de la macro región Valles (considerando al menos el potencial de cumplir con volúmenes, calidad, frecuencia de entrega, precio, requisitos legales y otros que el consultor\*a identifique).
- Identificación de brechas, factores críticos y oportunidades que representan barreras o facilitadores en la articulación de los agentes de la cadena con los principales mercados privados de las ciudades del eje central y mercado externo.

#### **OE 3:**

- Análisis, priorización de acciones de corto, mediano y largo plazo orientadas a la reducción de brechas y oportunidades de mercado (nacional e internacional) y la inclusión de los agentes de la cadena con los mercados públicos, privados y potencial de comercio exterior.

## **4. METODOLOGÍA**

### **4.1 Alcance geográfico**

Se centrará en los mercados públicos y privados de las ciudades de La Paz, Cochabamba, Santa Cruz, Tarija y Sucre.

## 4.2 Alcance temático

La consultoría brindará información detallada del mercado en el que se desarrollan la(s) cadena(s) de valor agroecológicas, los factores de apoyo, los factores que inciden en el precio, ventajas competitivas del producto y procesos comerciales.

Para el sondeo del mercado (público y privado), se deberá considerar los mecanismos de ventas públicas, subsidios, alimentación complementaria escolar, cadenas de supermercados, industrias de alimentos, restaurantes, tiendas ecológicas, comercio exterior y otros que tengan una demanda continua y estable.

## 4.3 Alcance metodológico

Debe considerar los siguientes elementos orientativos (no limitativos):

- Desarrollo de un plan de trabajo a detalle.
- Metodologías y/o instrumentos para recabar/sistematizar información primaria y secundaria por segmento de mercado.
- Metodologías y/o instrumentos que permitan identificar priorizar y categorizar mercados potenciales para recabar información respecto a sus condiciones de demanda.
- Metodologías y/o instrumentos que permitan caracterizar los mercados actuales y potenciales e identificar la demanda actual y potencial de productos ecológicos/agroecológicos.
- Metodologías y/o instrumentos que permitan analizar las brechas que dificultan la vinculación de productos ecológicos/agroecológicos con mercados de manera sostenible, y la identificación de oportunidades de aprovechamiento para la formulación de recomendaciones y acciones de corto, mediano y largo plazo.

## 5. PRODUCTOS/INFORMES

N°	PRODUCTOS	FECHAS DE PRESENTACIÓN
1	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan de trabajo y cronograma detallado</li> <li>• Informe técnico de medio termino por cadena<sup>4</sup></li> </ul>	04/10/24
2	<p><b>Informe final por cadena:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Sondeo de mercado de la cadena de valor con enfoque agroecológico de <b>tarwi</b> (incluida una ficha técnica e infografía)</li> <li>• Sondeo de mercado de la cadena de valor con enfoque agroecológico de <b>orégano</b> (incluida una ficha técnica e infografía)</li> </ul>	25/11/24

<sup>4</sup> El contenido de este informe abarca hasta la sección 5.1 del contenido referencial del documento técnico de sondeo que se brinda en el Anexo 1 de estos TdR.

Considerar el uso del lenguaje inclusivo para la presentación de sus productos/informes. Los productos e informes de la consultoría deberán ser entregados al Programa ProResiliente, dirigidos a los responsables del componente de Cadenas de Valor quienes revisarán y aprobarán el producto.

## **6. FORMATO DE DOCUMENTOS**

Todos los productos y/o resultados de la consultoría deben ser presentados en formato editable (PPT, Excel, Word, y otros etc.).

Además, el/la consultor/a, deberá coordinar con el equipo de comunicación del programa al inicio del contrato la entrega, el registro, tipo y calidad del material que se producirá y presentará en el marco de la consultoría, de manera que se adapte a las políticas y lineamientos de calidad de la institución.

## **7. COORDINACIÓN TÉCNICA**

El trabajo de consultoría deberá ser realizado en coordinación con el equipo técnico del Programa ProResiliente.

## **8. LUGAR DE TRABAJO**

La consultoría se deberá desarrollar con base en una de las siguientes ciudades capitales: La Paz, Cochabamba, Santa Cruz, Tarija o Sucre.

## **9. VIAJES OFICIALES**

La misión se deberá desarrollar de manera continua, cubriendo las cinco ciudades (los viajes pueden realizarse de forma aérea o terrestre).

<b>Lugar</b>	<b>Destino</b>	<b>Días</b>
La Paz	Principales mercados en ciudad	4
Cochabamba	Principales mercados en ciudad	3
Santa Cruz	Principales mercados en ciudad	5
Tarija	Principales mercados en ciudad	2
Sucre	Principales mercados en ciudad	2

Dependiendo de la ciudad donde resida el/la consultor/a, puede proponer la ruta del viaje. No debe incluir en la propuesta económica los pasajes, viáticos, hospedaje y otros gastos de transporte de la ciudad de residencia del/a consultor/a.

## 10. TIEMPO DE CONTRATACIÓN

Se considerará un trabajo de ejecución de 45 días a desarrollarse desde el **19/09/2024** al **10/12/2024**.

Mes	Cantidad de días
Septiembre	8
Octubre	17
Noviembre	18
Diciembre	5
<b>Total</b>	<b>45</b>

## 11. PERFIL PROFESIONAL

Se requiere de un consultor/a que cuente con una sólida especialidad y amplia experiencia en análisis sistémico de mercado, cadenas de valor y planes de negocio.

### Formación Profesional (35%)

- ✓ Formación - (6%):
  - Profesional en Ciencias Agrícolas, Economía, o ramas afines.
  - Postgrado en agronegocios, análisis de mercado, economía agrícola u otra especialidad relacionada.
- ✓ Experiencia General - (5%):
  - Experiencia profesional general comprobada en análisis de sistemas de mercado de más de 8 años.
- ✓ Experiencia Específica - (12%)
  - Experiencia específica con el desarrollo de al menos 3 estudios el desarrollo de análisis y sondeo de mercado.
  - Experiencia específica de al menos 3 años en el relevamiento y análisis estadístico de mercado.
- ✓ Trabajos de fortalecimiento institucional (6%)
  - Experiencia comprobada de al menos 5 años en el relacionamiento y articulación con los actores del mercado (público y privados)
  - Experiencia comprobada de al menos 5 años en la interpretación y el uso de la investigación cualitativa y/o cuantitativa para el análisis y sondeo de mercados.
- ✓ Trabajos relacionados (6%)
  - Desarrollo de procesos de facilitación y moderación multinivel y multiactor del análisis y sondeo de mercados de cadenas de valor agrícolas.

### Propuesta Técnica (35%)

El/la proponente deberá hacer llegar una propuesta técnica que incluya un cronograma detallado, una metodología innovadora a aplicar para lograr el desarrollo de procesos consultivos y de involucramiento de actores y agentes del mercado y otros elementos que

considere necesarios. La propuesta no debe ser copia de los presentes términos de referencia.

**Para incluir en la propuesta técnica:**

***Enfoque de cadena de valor agroecológica (y de la agrobiodiversidad)***

Garantiza la producción de alimentos sanos, sostenibles y económicamente viables para todos los agentes de la cadena. Bajo este enfoque se entiende que los sistemas productivos se implementan buscando la preservación del medio ambiente, los ecosistemas (y agroecosistemas) y la biodiversidad, siendo además capaces de garantizar la prosperidad económica e incrementar la capacidad adaptativa a los efectos del cambio climático. Se trata de entender cómo los cultivos producidos agroecológicamente se convierten en productos comercializables que son reconocidos por los consumidores por sus cualidades agroecológicas, ambientales, sociales y de salud. La cadena de valor no empieza después de producir el producto, sino mucho antes. El valor se crea por la forma en que se produce el cultivo sin dependencia en agroquímicos, se minimizan los costes siguiendo los conceptos de reciclaje y reutilización y mediante la comercialización justa y colectiva. Las cadenas de valor alimentarias sostenibles deben integrarse de forma que conduzcan a la sostenibilidad de la producción parcelaria y generen ingresos y oportunidades de empleo en las zonas rurales, especialmente para los jóvenes y las mujeres.

***Enfoque de sistemas de mercado***

El enfoque de desarrollo de sistemas de mercado (DSM) incluye aspectos (ej. aprendizaje de buenas prácticas, cambio sistémico, y la efectividad), al proveer las orientaciones necesarias para mejorar de manera efectiva y sostenible la vida de los productores ecológicos/agroecológicos a través de comprender e influenciar los sistemas de mercado.

Pretende cambiar la forma en que los sistemas de mercado funcionan para que ofrezcan más oportunidades y beneficios para las organizaciones de productores logrando cambios sostenibles y a gran escala. El enfoque DSM reconoce que el accionar de los productores está vinculada inseparablemente al funcionamiento de sistemas alrededor de ellos; sea como personas productoras, trabajadoras o consumidoras; por lo tanto, proporciona orientaciones para entender cómo opera la articulación a los sistemas e identificar porqué el sistema no funciona para ellos y para identificar cómo generar cambios efectivos, esto a través de la identificación de las causas subyacentes de un bajo desempeño de estos sistemas. Adicionalmente el enfoque considera cómo se puede trabajar de manera más efectiva en el futuro, con base a los incentivos para movilizar actores y sus capacidades para asumir diferentes roles, ante esto, el enfoque prevé un rol facilitador para las agencias externas para asegurar sostenibilidad, es decir, estimular a los actores de mercado a desempeñar funciones que actualmente no están asumiendo o que no lo están haciendo bien. Se aspira a lograr un cambio sistémico en el mercado, el cual está basado en la definición de resultados sostenibles, es decir el desarrollo de una visión clara de cómo actuará el sistema de mercado de manera sostenible en cuanto a las funciones del mercado y a los papeles de los actores. Se debe comprender el sistema actual, es decir conocer las funciones del sistema principal,

de las funciones de apoyo y las reglas y normas que están siendo desempeñadas por distintos actores, y quién está pagando por ellas. Después, se puede desarrollar una visión del futuro realista considerando los incentivos y las capacidades de nuevos actores o actores que no están asumiendo bien su papel. Las preguntas clave en este paso son: ¿quién hace y quién paga en la situación actual?, ¿quién hará y quién pagará en el futuro?

### ***Enfoque de mercado vinculado a cadenas de valor***

El enfoque de mercado vinculado a las cadenas de valor se centra en optimizar y entender cada etapa del proceso productivo para incrementar la eficiencia, reducir costos y mejorar la competitividad.

Este enfoque considera que cada etapa o paso en la producción de un bien o servicio le agrega valor, el cual debe reflejarse en el precio final que paga el consumidor. De igual manera, se espera que los ingresos generados por la venta del producto deben ser distribuidos entre los agentes de la cadena a partir del establecimiento de relaciones de negocio basadas en el principio ganar-ganar.

Ayuda a identificar ventajas competitivas de la cadena y desarrollar estrategias efectivas para diferenciarse de los competidores ofreciendo un producto de alto valor a los clientes. Bajo este enfoque el proceso de consultoría debe estar orientado a proveer lineamientos o estrategias necesarias para mejorar de manera efectiva y sostenible la vida de los productores ecológicos/agroecológicos a través de comprender e influenciar los sistemas de mercado.

### ***Enfoque en sostenibilidad***

Busca incorporar prácticas sostenibles en todas las etapas del proceso productivo y de la cadena hasta que el bien o servicio llega al consumidor. Este enfoque no solo considera la eficiencia económica, sino también el impacto ambiental y social de las operaciones a lo largo de la cadena. Aplicar este enfoque en una cadena de valor implica el trabajo colaborativo entre proveedores de insumos, servicios de apoyo, productores, transformadores y agentes de mercado para establecer compromisos con la sostenibilidad alineados a estándares y preferencias de los consumidores por el consumo de productos más sostenibles.

Las cadenas de valor agroecológicas deben considerar la participación y el involucramiento del consumidor; sin embargo, a diferencia de esta premisa se observa un distanciamiento y separación entre el consumidor y el productor, lo que corresponde a acciones contrarias a la agroecología. Por lo tanto, debe fomentarse el reconocimiento e interacción entre ambos agentes si se considera que son los puntos extremos de la cadena, por lo que la horizontalidad debe ser replanteada para dar paso a una conexión basada en el conocimiento y la responsabilidad. Se espera que, con la aplicación de este enfoque, se puedan identificar y analizar si se implementan prácticas sostenibles u otras que podrían causar un impacto ambiental/social positivo o negativo en la cadena.



### ***Enfoque de género, generacional e interculturalidad***

El consultor/a debe considerar en el desarrollo de esta consultoría los enfoques transversales de género, generacional e interculturalidad, así como sensibilidad ante poblaciones vulnerables.

#### **Enfoque de Género**

- Tiene en cuenta las desigualdades y la discriminación por razón de género, así como los distintos intereses, necesidades y potenciales en un contexto determinado.
- Se reconocen y muestran las diferencias, problemas y desigualdades de género existentes y se integran las conclusiones en las estrategias y medidas.
- El objetivo es asegurar que dichas estrategias y medidas no tengan resultados no intencionales negativos y que todas las personas, independientemente de su sexo, participen y se beneficien de ellas.

#### **Enfoque de interculturalidad**

Analizar cómo se relacionan o intercambian las culturas. Visibiliza las relaciones de poder y reconocimiento entre ellas. Distingue la cultura dominante y la(s) cultura(s) que fueron/son subordinadas. Como propuesta política, sugiere alcanzar un verdadero diálogo garantizando:

- La igualdad entre las/los interlocutores /as, en cuanto al ejercicio de derechos y acceso a oportunidades.
- Un orden político que reconozca la pluralidad del Estado, una democracia inclusiva.
- Un beneficio/enriquecimiento mutuo entre los diferentes grupos culturales.

#### **Enfoque generacional**

Este enfoque parte del reconocimiento de que niñas, niños y adolescentes (jóvenes) tienen necesidades diferenciadas de las personas adultas, por lo que los sistemas de producción agrícola requieren aplicar estrategias que contemplen la edad de las personas, en especial de niños, niñas y adolescentes, para dar una atención integral considerando las particularidades según momento de desarrollo y ciclo vital de las personas. Para ello, hay que considerar la intervención desde espacios propios, separados de los espacios para adultos, atendiendo su interés superior y sus derechos conforme a la normativa sobre Protección Integral de Niñas, Niños y Adolescentes, donde se establece que:

- Niñas, Niños y Adolescentes son sujetos de derechos con una visión hacia su empoderamiento y ciudadanía y no solo de objeto.
- El Estado, la familia y la sociedad son corresponsables de respetar, hacer respetar y garantizar los derechos de las niñas, niños y adolescentes.
- Los derechos de las niñas, niños y adolescentes son integrales, la vulneración de uno supone la de los demás.

### Propuesta económica (30%)

El/la proponente debe hacer llegar una propuesta económica por el servicio a prestar que incluya todas las prestaciones, obligaciones e impuestos de ley.

Se abrirán las propuestas económicas, únicamente de los proponentes que obtengan un mínimo de 50/70 en la evaluación de propuesta técnica.

### 12. FORMA DE PAGO

N° DE PAGO	PRODUCTO O INFORME POR ENTREGAR	FECHAS DE PAGO	CALCULADO EN RELACIÓN CON EL TIEMPO INVERTIDO	VIAJE
1	A la entrega y aprobación de los informes: <ul style="list-style-type: none"> <li>Del producto 1 (ver inciso 5)</li> </ul>	25/10/2024	20 días	Viaje oficial (LP-CBB-SC-TRJ-SER) según corresponda
2	A la entrega y aprobación de los informes: <ul style="list-style-type: none"> <li>Del producto 2 informe final por cadena (ver inciso 5)</li> </ul>	10/12/2024	25 días	-

### 13. FACTURACIÓN

El/la consultor deberá necesariamente entregar la factura correspondiente por el total de cada pago percibido del costo de la consultoría, emitida a nombre de GIZ, con Número de Identificación Tributaria NIT 99001. Indicando el detalle el número de contrato asignado y cantidad de días trabajados para cada pago.

### 14. PROPIEDAD INTELECTUAL

Los materiales producidos bajo los presentes Términos de Referencia, tales como diseños metodológicos, escritos, reportes, y demás son de propiedad exclusiva de la GIZ. Este derecho propietario continuará vigente aún después de la conclusión de la relación contractual de las partes. El uso de estos por parte del consultor/a será posible únicamente con la autorización formal del GIZ.

### 15. CONFIDENCIALIDAD

La empresa deberá guardar confidencialidad sobre todo material que le sea entregado para el desempeño de su trabajo y que sea de propiedad del Programa de GIZ. De igual forma no podrá dar a dicho material otro uso que no sirva al cumplimiento de objetivos de la presente consultoría, salvo autorización explícita de la GIZ.

**Nota.** - Se comunica que, en cumplimiento de lo dispuesto en la Ley N° 065 de 10 de diciembre de 2010 y del Decreto supremo N°. 778 de 26 de enero de 2011 (Reglamento de Desarrollo Parcial de la Ley 065, de Pensiones, en Materia de contribuciones y Gestión de Cobro de contribuciones en Mora). Dice textual “Las personas naturales que efectúen trabajo como consultores por producto y consultores, se encuentran en la obligación de efectuar contribuciones mensuales al SIP como asegurados independientes”. Dentro del Proceso de Elaboración de contratos GIZ, **los pagos al SIP deberán realizarse previamente a los pagos correspondientes a honorarios, inclusive del primer pago de los contratos, (el pago debe efectuarse sobre el Total Ganado).**

## **Anexo 1.** Contenido Mínimo referencial (no limitativo)

El informe técnico de sondeo de mercado de cada cadena con enfoque agroecológico (tarwi y orégano) deberá incluir el contenido mínimo siguiente:

1. Introducción
2. Justificación
3. Objetivos
4. Abordaje metodológico:
5. Resultados
  - 5.1 Análisis de factores críticos externos
  - 5.2 Análisis de factores críticos internos
  - 5.3 Identificación y caracterización de mercados públicos y privados:
  - 5.4 Análisis de brechas, factores críticos y oportunidades de mercado
6. Conclusiones y recomendaciones (corto y mediano plazo).

Además, en el documento técnico (de cada cadena) se debe anexar la siguiente documentación:

- Ficha técnica e infografía de la cadena de valor con enfoque agroecológico relativa al sondeo de mercado
- Base de datos de los agentes de mercado relevantes contactados durante la consultoría y medios de verificación solicitados (formularios de entrevistas llenados, hojas de trabajo, fotografías y otros que considere pertinentes).
- Presentación ejecutiva en power point sobre el sondeo (ejecución y resultados).