Proyecto: "SANAPI: agua, tierra, bosque, la trama de la biodiversidad y la protección del trabajo de las abejas"
SANAPI AID 012590/09/0

Consultoría: PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES PARA EL ACOMPAÑAMIENTO TÉÇNICO DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESTRATEGIA COMERCIAL DE MIELES DE ABEJA APIS MELIFERA Y NATIVAS DE NUEVE ASOCIACIONES APICOLAS Y UNA DE MUJERES MELIPONICULTORAS

1. ANTECEDENTES

La Fundación PASOS, junto con ASPEm-Associazione Solidarietà Paesi Emergenti viene desarrollando desde el 1° de Diciembre del 2022, el proyecto "SANAPI: agua, tierra, bosque, la trama de la biodiversidad y la protección del trabajo de las abejas", nombrado en adelante SANAPI AID 012590/09/0, financiado por AICS-Agencia Italiana para la Cooperación al Desarrollo.

El proyecto con el resultado 3 de fortalecimiento organizacional empresarial de 9 asociaciones apícolas del Chaco de Chuquisaca, que cuentan con potencial de crecimiento y de volúmenes de producción mieles suficiente para generar un impacto en los mercados de destino.

En el Chaco Boliviano, principalmente en los municipios de Monteagudo y Villa Vaca Guzmán la apicultura y meliponicultura ha cobrado un crecimiento significativo por la enorme extensión de bosques y biodiversidad, acompañados de factores climático favorable para el desarrollo de las abejas, manejo eficiente de la colmena, han logrado volúmenes importante de la producción de miel de abejas 200 t y 1200 litros de mieles de abeja nativa, que han permitido fortalecer y diversificar la economía de las familias.

La Empresa Boliviana de Alimentos y Derivados (EBA), actualmente es el principal mercado de la miel de apis melífera, para los productores de la región del chaco de Chuquisaca, principalmente para las 9 asociaciones apícolas del proyecto SANAPI. La empresa, orienta el producto al subsidio a nivel nacional, además, ha iniciado la comercialización de la miel fraccionada en tiendas ubicadas en las ciudades de El Alto, La Paz y Santa Cruz

Sin embargo, la comercialización, es uno de los componentes más complejos de la cadena de valor apícola en la zona, dado que en él se conjugan todas las fortalezas y limitaciones de la oferta para atender la diversa, cambiante y cada vez más exigente de los mercados a nivel nacional. En las últimas gestiones la empresa EBA solo ha logrado la demanda en un 60% de la capacidad productiva de las asociaciones apícolas, de acuerdo al estudio de mercado (GIZ, 2024), en baldes de 25 kilos, debido a políticas de la empresa.

Pese a sus ventajas comparativas y capacidad de producción de mieles y otros productos de la colmena de las asociaciones, la comercialización de los productores enfrenta diversos obstáculos: el volumen de miel es comercializada a la empresa EBA entre el 40 a 60%, la cancelación no es al contado, cancelan en un rango de 2 a 4 meses, la falta de estandarización en la calidad del producto y propuesta de valor, infraestructura, Registro Sanitario, márquetin, lo que dificulta llegar a otros mercados privados (supermercados, tiendas especializadas), la consolidación de una marca del territorio que garantice confianza a consumidores nacionales. Actualmente, la informalidad de venta miel por los apicultores de las asociaciones por diferentes canales de comercialización hacia mercados en las ciudades de Santa Cruz, La Paz y Cochabamba, reduce la trazabilidad, impidiendo acceder a ciertos mercados que exigen certificaciones, inocuidad y composición.

Las mieles de abejas nativas se las comercializa por diferentes canales de comercialización, un 30% dela producción se comercializa de forma asociativa a tiendas especializadas en la ciudad de Santa Cruz. Los problemas de mercado para las mieles de abejas sin aguijón se originan en la falta de conocimiento y difusión sobre sus beneficios para la salud de las personas.

Es fundamental que los productores apícolas y meliponicultores conozcan sus fortalezas y debilidades, clave para afrontar un proceso de encadenamiento productivo, para el desarrollo de una relación comercial, o para enfrentar los obstáculos que deben remover a su interior con el objetivo de articularse competitivamente en otros mercados a nivel nacional. Los productores apícolas y meliponcultura desconocen o se conoce sesgadamente la percepción que tienen los compradores y consumidores de los diferentes productos que adquieren.

Los productores apícolas de las nueve asociaciones y una de meliponcicultoras, han ingresado en procesos de producción de mieles de Apis melífera y nativa con el Sistema Participativo de Garantía (SPG). El enfoque de producción con el Sistema Participativo de Garantía participativa (SPG) como nuevo sistema, tiene el objetivo de crear enlaces con el mercado que genera garantías a los consumidores, y sobre las formas de reconocer el valor de los productos sostenibles.

Se pretende trabajar con una consultoría especializada orientada a resolver los problemas que en materia de comercialización que enfrentan los apicultores y meliponicultores. Los resultados deben orientar a las asociaciones de pequeños productores apícolas de los municipios de Monteagudo y Villa Vaca Guzmán, a ingresar con sus productos hacia otros mercados y cumplan requisitos normativos, técnicos y comerciales que deben tener en cuenta para acceder a mercados a nivel nacional (supermercados. tiendas ecológicas, tiendas especializadas, etc.) como una oportunidad de afrontar dinámicas comerciales cada vez más exigentes y competitivas.

La consultoría debe realizar un análisis juicioso del mercado donde se cuente con una oportunidad comercial. En él se deberá realizar una adecuada identificación

y caracterización de los agentes que participan en el mercado (demanda y oferta), para así determinar las reales oportunidades de acceso, los requerimientos específicos de productos exigidos en término de cantidades, calidades, que podrían ser ofertados por las asociaciones de productores.

Las asociaciones de apicultores deben con contar estrategias que permita ingresar y aprovechar las oportunidades de mercado que se tienen en los departamentos de Santa Cruz, La Paz, Cochabamba, Sucre, Potosí. Es necesario perfilar a las asociaciones de productores desde una óptica de mercado, reconociendo sus puntos fuertes y débiles para su desarrollo comercial. A partir de este diagnóstico se puede establecer una ruta de trabajo efectivo orientada a mejorar los aspectos prioritarios que se identifiquen y permita mejorar sus ingresos y rentabilidad con sus unidades de negocios de los.

Por otro lado, mediante la consultoría especializada orientada al desarrollo comercial, se propone que las empresas puedan ordenar su idea de negocio mediante una descripción breve, clara y coherente, considerando los aspectos más relevantes a comunicar mediante plan estratégico de ventas a aplicar con mercados en las ciudades de Santa Cruz, La Paz, Cochabamba, Sucre y/o posibles clientes en donde logren vinculación.

2. OBJETIVO GENERAL

Las asociaciones de productores apícolas y meliponicultura de los municipios de Monteagudo y Villa Vaca Guzmán, incursionan a nuevos mercados potenciales de mieles y otros productos de la as colmenas de abeja (apis melífera u nativas), a través de acuerdos comerciales, mejorando su acceso a mercados en ciudades principales del país.

2.1. Objetivos específicos

- Determinar, de manera participativa con las asociaciones, la existencia, tamaño, características (ventajas y desventajas) y dinámica de los mercados que puedan tener interés y la capacidad de demandar productos de colmenas de abejas Apis melífera y nativas de las asociaciones de productores.

- Caracterizar y valorar la capacidad productiva de productos de la colmena (abeja Apis y nativa) y competencias de los productores de las asociaciones apícolas y meliponcultura, que permita atender acuerdos comerciales con mercados identificados.

- Formular una propuesta comercial y plan de márquetin, que responda a las necesidades del mercado, oportunidades identificadas y capacidad adecuadas de las asociaciones que conduzcan a responder al plan comercial. La propuesta tiene que ser práctica y aplicable para las diferentes asociaciones, no teórica y general. Tiene que contener elementos y criterios concretos y

sugerencias, que las asociaciones puedan utilizar para desarrollar sus propias herramientas de comercialización, en el corto y mediano plazo.

- Fortalecer al comité de comercialización y Directorios de las asociaciones de productores en proyección estratégica, capacidad de negociación y funcionalidad del relacionamiento comercial de forma sostenible.

- Lograr acuerdos comerciales entre los productores de las asociaciones apícolas y meliponicultura con potenciales compradores (público-privados) en ciudades de Santa Cruz, La Paz, Cochabamba, Sucre, Potosí.

3. METODOLOGIA

Esta consultoría será desarrollada por medio de tres etapas integradas y en conexión:

Diagnóstico del mercado. Con la consulta de información secundaria sobre el mercado (ubicación, volúmenes, precios de la oferta productiva y los canales y agentes del mercado) que se pretende atender, y el levantamiento de información primaria en la demanda y la oferta. Por ejemplo, para la información secundaria, se puede tomar como insumo los estudios de mercado para la miel de la empresa EBA y GIZ (2024). Para la información primaria se podrá tomar contacto con los mercados identificados, de acuerdo a los estudios de mercado, que potencialmente puedan estar interesados en participar en el relacionamiento comercial con las asociaciones de productores apícolas y asociación de Meliponicultoras. Mediante contacto con los mercados identificados en el ejercicio de análisis del mercado, se validará su intención de vinculación comercial con los productores de las asociaciones, así como su capacidad de adquirir los productos obtenidos en relación a la oferta de las asociaciones, en términos de cantidad (volumen), calidad del producto, oportunidad (tiempos y formas de entrega), etc.

Análisis de la oferta. Reunión con las 9 asociaciones de productores apícolas y asociación de Meliponicultoras (beneficiarios proyecto SANAPI) y con el comité de comercialización de las asociaciones. Esto permitirá recopilar información primaria y secundaria de la capacidad productiva, volumen comercial, productos, logística, comercial, organizacional y financiera de las asociaciones. Considerar la diferenciación de asociaciones y sus capacidades, por ejemplo: tamaño de apiario. Participación según género-generacional, experiencia y especialización en productos de la colmen, etc.

Análisis estratégico comercial. A partir de los elementos recopilados en las primeras dos fases, se desarrollará una reflexión estratégica con las asociaciones sobre oportunidades comerciales, cuellos de botella, posibles soluciones, con valoración de pros y contras, y construcción compartida de estrategias específicas comerciales de corto y mediano plazo, que permitan fortalecer las capacidades

de las asociaciones y a sus dirigentes/as de desempeñar su rol en relación al eslabón de la comercialización de sus productos, presentes y futuros. Esto incluye la realización de momentos de capacitación y misiones comerciales con el comité de comercialización de las asociaciones apícolas y meliponicultura.

Formulación de la estrategia comercial: Sistematizar los elementos principales de las anteriores fases, en un documento que permita proporcionar a las asociaciones (de manera mancomunada o individualizada, según lo que se verá más oportuno en fase de análisis), las herramientas para que en el corto y mediano plazo tengan la posibilidad de desempeñar negociaciones comerciales de manera autónoma y consciente de los desafíos que implica la comercialización, en términos de definición del producto a comercializar, sus cantidades, calidades, logística y la operación del negocio que optimice los beneficios para las partes.

4. ALCANCE DE LA CONSULTORIA

En el marco del proyecto SANAPI, el trabajo de consultoría deberá abarcar los siguientes ámbitos:

a. Área de trabajo

El consultor(a) desarrollará sus actividades en: Comunidades que forman parte de las asociaciones de productores apícolas y proyecto; municipios Monteagudo y Villa Vaca Guzmán, con viajes al interior del país (Santa Cruz, Cochabamba, La Paz, Sucre, Potosí), para el acompañamiento en las negociaciones del Comité de Comercialización y Directorios de las Asociaciones.

ASOCIACIONES APÍCOLAS VILLA VACA GUZMÁN-MONTEAGUDO

N°	MUNICIPIO	ASOACIACIONES	PRODUCTORES
1	VILLA VACA GUZMAN	APIDET	21
2		PROAME	26
3		ADABV	20
4		APIMEC	63
5		AEIFO EL CHE	33
6		AAAGSA	40
SUB TOTAL V.V.G.		**6**	**203**
7	MONTEAGUDO	AESIM	49
8		ASAIN EL TAJIVO	54
9		CADEMA	50
SUB TOTAL MONT.		**3**	**153**
TOTAL			**356**

Asociación de Mujeres Meliponicultoras Ecológicas del Chaco de Chuquisaca (**AMMECH):** 315 productoras.

b. Actividades y responsabilidades

- Coordinar las acciones, metodología de intervención, contenido con equipo Fundación PASOS (Gerencia PASOS y Equipo Monteagudo).
- Coordinar y planificar con los Directorios de las nueve asociaciones apícolas, y una de meliponicultura y comité de comercialización para implementar el proceso del plan comercial.
- Identificar información general de la oferta de producto nacional, regional y local (partiendo de lo más general a lo específico) de acuerdo al mercado al que se desea atender, precisando la oferta actual de la localidad o la región en la que se desarrollará el proyecto.
- Consultar estudios de mercado de miel de abeja realizados por la empresa EBA y GIZ (2024). Identificar tendencias de productos derivados de la colmena importados (legal e ilegalmente).
- Identificar y dimensionar número y tamaño de competidores (otras asociaciones de productores) que ofrecen el mismo producto o servicio con condiciones o características similares en la zona de influencia del proyecto.
- Recopilar información general de las asociaciones de productores, que permita tener certeza sobre ubicación, contacto y constitución legal.
- Averiguar si el tipo de forma organizativa y el objeto social de la misma es coherente con la actividad de producción y comercialización propuesta en el proyecto.
- Realizar diagnósticos productivos que permitan determinar el número de productores Apis melífera y nativas (producción y rendimientos), principales características y diferenciación entre asociaciones.
- Analizar el estado actual del proceso de comercialización, si este se realiza de manera individual o asociativa, canales de comercialización utilizados, valor de las ventas y elementos de competitividad en el sector.
- Verificar la idoneidad de la demanda: mediante contacto con los mercados identificados (estudio de mercado), se validará su intención de vinculación comercial con los productores organizados, así como su capacidad de adquirir los productos obtenidos en el marco del proyecto.
- Analizar requerimientos del mercado (cantidad, calidad, oportunidad), de acuerdo al estudio de mercado.
- Evaluar los riesgos existentes en el mercado y los planes de mitigación, como, por ejemplo: cambio en los precios considerados, variaciones en los volúmenes de producción, afectaciones a la calidad y otros factores que puedan afectar las condiciones comerciales definidas previamente.
- Realizar encuentros de análisis participativa de las dinámicas y problemáticas de la comercialización con representantes de las asociaciones de apicultores y

meliponicultoras, en los cuales analizar experiencias previas, soluciones aplicadas y dificultades encontradas, en perspectiva de la construcción de estrategias comerciales futuras.

- Elaborar de manera integral 2 propuestas (**apícola y meliponicultura**) de estrategia comercial que presenten indicaciones sobre cómo desarrollar relaciones comerciales entre los oferentes y demandantes desde una perspectiva del negocio de las asociaciones apícolas, valorando las capacidades y oportunidades de los productores con respecto a las necesidades de condiciones del mercado.
- Realizar encuentros de fortalecimiento organizativo en gestión de negocio para los productores de las asociaciones y comité de comercialización, que plantea una estrategia y sus actividades orientadas a generar las capacidades y competencias en la comercialización y manejo del negocio, partiendo del diagnóstico.
- Acompañamiento durante el desarrollo de la consultoría a los Directorios y Comité de comercialización, en los procesos de negociación con los mercados en las ciudades de Santa Cruz, Cochabamba, La Paz, Sucre, Potosí.
- Propiciar el espacio de encuentros comerciales de oferta y demanda, permitiendo intercambio comercial, con potenciales compradores en ciudades de Santa Cruz, La Paz, Cochabamba, Sucre, Potosí
- Elaboración de recomendaciones de marketing en relación a la propuesta comercial, que permita posicionar los productos apícolas y meliponicultura en el mercado.
- Elaborar informes de avance mensual de cumplimiento de actividades y objetivos de la consultoría, de acuerdo a formato de Fundación PASOS.
- Elaboración de informe final de consultoría, de acuerdo a formato de Fundación PASOS.

5. PRODUCTOS ESPERADOS

Producto 1. Metodología de trabajo validado y aprobado con acciones estratégicas para el cumplimiento de la consultoría.

Producto 2. Análisis de mercados, que describa la existencia, tamaño y dinámica de los mercados que puedan tener el interés y la capacidad de absorber los productos de las asociaciones apícolas y meliponcultura.

Producto 3. Análisis de la oferta productiva, de la a capacidad y potencialidad de las asociaciones de productores apícolas y meliponicultura para atender acuerdos de comercialización con los mercados identificado.

Producto 4. **Encuentros con asociaciones**, en base a metodología participativa, en los cuales discutir de las estrategias comerciales y sus aplicaciones por parte de las personas de las asociaciones.

Producto 5. **Documento de sistematización de la estrategia comercial**. En base a los productos anteriores, construir un documento que presente de manera sintética y clara los elementos principales del trabajo de asesoramiento a las asociaciones, como base para el trabajo futuro de comercialización.

Producto 6. **Acuerdos comerciales** concertados que permitan la relación de los productores de las asociaciones apícolas y meliponicultura con los mercados (públicos-privados).

Producto 7. **Directorios de las asociaciones y comité de comercialización** están en capacidad de negociación de acuerdos comerciales con nuevos mercados en ciudades del país, para productos de la colmena (apis melífera y meliponicultura).

Producto 8. **Planes de márquetin** elaborados en función de los productos de la colmena de Apis melífera y meliponicultura, para su implementación por las asociaciones de productores apícolas y meliponcultura.

Producto 9. **Informe final** de consultoría de plan de comercialización de las asociaciones apícolas y meliponcultura con resultados alcanzados.

6. PERFIL DEL POSTULANTE

- Profesional en Ingeniería Comercial, Ciencias Económicas Administrativas y Contables o carreras afines.
- 10 años de experiencia profesional en comercialización
- Experiencia en formalización de negocios.
- Experiencia en capacitación y asesoramiento de negocios.
- Experiencia en diseño y elaboración de planes comerciales y márquetin.
- Conocimiento de metodologías para el desarrollo de talleres de capacitación con productores y productoras.
- Conocimiento de sistemas informáticos a nivel usuario para sistematizar información generada con el proyecto.

6.1. Competencias

- **Personales:** Comunicación personal, capacidad para escuchar, interpretar y entender, capacidad de trabajo en equipo, trabajo bajo presión, capacidad de relación social, capacidad de negociación.

- **Funcionales:** Elaboración de diagnósticos, estudios de mercado, análisis de contextos, conocimiento de productos de la colmena (apis y meliponicultura) y asociaciones de productores
- **Otros:** Conocer ámbitos del chaco de Chuquisaca.

6.2. Sistema de evaluación

Fundación PASOS conformará un equipo evaluador conformado por tres profesionales, quienes evaluarán el 100% de propuestas recibidas en función a los objetivos y productos entregables de la convocatoria.

Las propuestas se calificarán asignando puntajes según los siguientes criterios:

- Propuesta técnica: 60% del puntaje total.
- Propuesta económica: 20% del puntaje total.
- Curriculum del profesional (consultor/equipo consultor): 20% del puntaje total.

7. PROPUESTA TÉCNICA Y PRESUPUESTO

El proponente deberá presentar una propuesta técnica y presupuesto que incluya los siguientes puntos:

- Antecedentes y Justificación
- Objetivos; Alcance del trabajo; Metodología detallada; Plan de trabajo; Cronograma de trabajo y Propuesta financiera que incluya todos los gastos derivados de la consultoría e impuestos de ley.

La consultoría requiriere de movilización para actividades en territorio en el marco de la consultoría, como desplazamiento hacia las ciudades de Santa Cruz, La Paz, Cochabamba, Sucre, Potosí. Estos gastos movilización, viáticos, subsistencias y otros, están incluidos dentro la consultoría, para cumplir con los objetivos y productos esperados.

8. DURACION DEL TRABAJO

La duración del servicio del/la profesional se computará a partir **del 14/11/2025 hasta el 20/02/2026 (107 días)**, pudiendo ser ampliado si contingencias de fuerza mayor no permitirían desarrollar con regularidad el trabajo previsto impidiendo alcanzar los resultados previstos. Además, se podrá ampliar el plazo, consensuado entre las partes, en el caso que así lo requieren los objetivos del proyecto.

9. CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

PRODUCTOS	GESTION 2025-2026															
	NOVIEMBRE				DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO			
Producto1. Metodología de trabajo validado y aprobado con acciones estratégicas para el cumplimiento de la consultoría.		x														
Producto 2. Análisis de mercados, que describa la existencia, tamaño y dinámica de los mercados que puedan tener el interés y la capacidad de absorber los productos de las asociaciones apícolas y meliponcultura.				x	X	x	x									
Producto 3. Encuentros con asociaciones, en base a metodología participativa, en los cuales discutir de las estrategias comerciales y sus aplicaciones por parte de las personas de las asociaciones.					x	x	x	x								
Producto 4. Encuentros con asociaciones, en base a metodología participativa, en los cuales discutir de las estrategias comerciales y sus aplicaciones por parte de las personas de las asociaciones.							x	x	x	x						
Producto 5. Documento de sistematización de la estrategia comercial. En base a los productos anteriores, construir un documento que presente de manera sintética y clara los elementos principales del trabajo de asesoramiento a las asociaciones, como base para el trabajo futuro de comercialización.										x	x	x				
Producto 6. Acuerdos comerciales concertados que permitan la relación de los productores de las asociaciones apícolas y meliponicultura con los mercados (públicos-privados).											x	x				
Producto 7. Directorios de las asociaciones y comité de comercialización están en capacidad de negociación de acuerdos comerciales con nuevos mercados en ciudades del país, para productos de la colmena (apis melífera y meliponicultura).													x	x		
Producto 8. Planes de márquetin elaborados en función de los productos de la colmena de Apis melífera y meliponicultura, para su implementación por las asociaciones de productores apícolas y meliponcultura.															x	x
Producto 9. Informe final de consultoría de plan de comercialización de las asociaciones apícolas y meliponcultura con resultados alcanzados.																

10. ENTREGA DE PRODUCTOS

ENTREGA DE PRODUCTOS Y CANCELACIÓN

PRODUCTOS	GESTION 2025-2026	
	PORCENTAJE CUMPLIMIENTO	FECHA
Producto1. Metodología de trabajo validado y aprobado con acciones estratégicas para el cumplimiento de la consultoría.	10	01-dic. 25
Producto 2. Análisis de mercados, que describa la existencia, tamaño y dinámica de los mercados que puedan tener el interés y la capacidad de absorber los productos de las asociaciones apícolas y meliponcultura.	30	30-dic-25
Producto 3. Encuentros con asociaciones, en base a metodología participativa, en los cuales discutir de las estrategias comerciales y sus aplicaciones por parte de las personas de las asociaciones.		
Producto 4. Encuentros con asociaciones, en base a metodología participativa, en los cuales discutir de las estrategias comerciales y sus aplicaciones por parte de las personas de las asociaciones.	40	29-ene-25
Producto 5. Documento de sistematización de la estrategia comercial. En base a los productos anteriores, construir un documento que presente de manera sintética y clara los elementos principales del trabajo de asesoramiento a las asociaciones, como base para el trabajo futuro de comercialización.		

Producto 6. Acuerdos comerciales concertados que permitan la relación de los productores de las asociaciones apícolas y meliponicultura con los mercados (públicos-privados).		
Producto 7. Directorios de las asociaciones y comité de comercialización están en capacidad de negociación de acuerdos comerciales con nuevos mercados en ciudades del país, para productos de la colmena (apis melífera y meliponicultura).	**20**	**02-marzo-26**
Producto 8. Planes de márquetin elaborados en función de los productos de la colmena de Apis melífera y meliponicultura, para su implementación por las asociaciones de productores apícolas y meliponcultura.		
Producto 9. Informe final de consultoría de plan de comercialización de las asociaciones apícolas y meliponcultura con resultados alcanzados.		

11. DOCUMENTOS PARA PRESENTAR POR LOS POSTULANTES

- Fotocopia de Carnet de Identidad;
- Curriculum vitae debidamente respaldada con fotocopias;
- Propuesta del trabajo que se realizara (objetivos, metodología, actividades, cronograma y presupuesto).

12. RECEPCIÒN D EPROPUESTA

Con base en la revisión exhaustiva de los Términos de Referencia podrán enviar su propuesta técnica y económica a la dirección electrónica: con el asunto: Consultoría Mercado Chaco Chuquisaca

denagro@gmail.com
carlo.tike@gmail.com
adavalos@pasosbolivia.org

La documentación debe ser enviada, hasta el día 7 de noviembre de 2025
Consultas de la consultoría al cel. 74406512

Monteagudo, 20/10/2025