

Términos de Referencia

Elaboración de una estrategia CIPCA para asesorar procesos de comercialización de la agricultura familiar

1. Información de quien requiere el servicio

Unidad orgánica	Dirección Territorial
Programa	Programa Agricultura Familiar Sostenible
Componente	Comercialización y consumo responsable
Proyecto	<i>“Fortalecimiento de la agricultura familiar de base agroecológica en el corredor del Alto Piura como motor de cambio económico, ambiental y social, con énfasis en igualdad de género”</i>

2. Denominación del servicio requerido

Elaboración de una estrategia CIPCA para asesorar procesos de comercialización de la agricultura familiar.

3. Marco referencia de los servicios según proyecto

Proyecto:	<i>“Fortalecimiento de la agricultura familiar de base agroecológica en el corredor del Alto Piura como motor de cambio económico, ambiental y social, con énfasis en igualdad de género”</i>
Resultado:	RE.2 Productoras y productores organizados, mejoran sus estrategias de articulación al mercado, favoreciendo el funcionamiento de circuitos de comercialización, con criterios de economía social y solidaria
Actividad:	2.2 Capacitación para mejorar estrategias de comercialización
Meta:	01 documento que defina la asesoría CIPCA para apoyar procesos de comercialización
Población meta:	➤ Productores 161 productores organizados (101 mujeres y 160 hombres) ➤ Equipo técnico de CIPCA (02 mujeres y 05 hombres).
Aporte directo e indirecto del servicio requerido al Proyecto.	Aporte directo: Aporta de manera directa a la creación de una estrategia integral de comercialización, orientada a fortalecer las capacidades de acompañamiento del equipo técnico del CIPCA y de los promotores comerciales de las organizaciones productivas del corredor del Alto Piura. Contribuye al 40 % a una de las metas de la actividad 2.2 al reforzar a la estrategia de comercialización con los promotores comerciales de cada organización productiva. Aporte indirecto: Contribuye al cumplimiento del indicador IOV 2.2 “Al finalizar el programa, al menos 5 de 7 organizaciones productivas han establecido cada una, al menos, un acuerdo comercial con compradores locales para la venta colectiva de su producción frutícola (impacto)”

4. Antecedentes

El Centro de Investigación y Promoción del Campesinado – CIPCA, es una ONG promovida por la Compañía de Jesús, desde el año 1972, ofrece sus servicios de apoyo y acompañamiento para el desarrollo social, económico, cultural y ambiental, de las familias campesinas de la región Piura.

Actualmente, centra sus actividades en el Corredor del Alto Piura, los distritos de Buenos Aires, Salitral, San Juan de Bigote, Lalaquiz, Canchaque y San Miguel de El Faique.

En la actualidad se ejecuta en los distritos de Salitral, San Juan de Bigote, Canchaque y San Miguel de El Faique, el proyecto *“Fortalecimiento de la agricultura familiar de base agroecológica en el corredor del Alto Piura como motor de cambio económico, ambiental y social, con énfasis en igualdad de género”*, en cuyo marco se promueve el desarrollo de los cultivos frutícolas instalados en las unidades productivas de los/as productores/as de la agricultura familiar y su comercialización.

La población meta de este proyecto son los socios y socias de cooperativas y asociaciones de productores, con los cuales el CIPCA promueve diferentes cultivos, así como se detalla en el cuadro a continuación.

Nombre de organización	Nro. de socios/as de la organización	Ubicación (caserío y distrito)	Cultivos promovidos
Cooperativa HUASIMAL	Total : 39 Mujeres: 15 Hombres: 24	La Capilla-San Miguel El Faique.	Café, naranja
Cooperativa COPAFEN	Total : 43 Mujeres: 11 Hombres: 32	Malacasi - Salitral	Limon, mango, Platano
Asociación productores Solidarios Huabal	Total: 30 Mujeres : 15 Hombres : 15	Huabal- Canchaque	Guanábana, café y cacao,
Asociación productores Hornopampa	Total : 45 Mujeres: 14 Hombres: 31	Hornopampa - Salitral	Limon, Mango, tangelo
Asociación Productores La Pareja	Total : 19 Mujeres: 08 Hombres: 11	La Pareja - San Juan de Bigote	Cacao, Limon, mamey
Asociación productores Miguel Pampa	Total : 17 Mujeres: 07 Hombres: 10	Miguel Pampa - San Juan de Bigote.	Cacao, Limon, tangelo
Comité Virgen Carmen	Total : 15 Mujeres: 09 Hombres: 06	Virgen del Carmen – San Juan de Bigote.	Naranja, Mamey, Cacao
Comité Santa Rosa	Total : 13 Mujeres: 05 Hombres: 08	Santa Rosa -San Juan de Bigote.	Limon, Cacao y Plátano
Comité Palo Blanco	Total : 29 Mujeres: 12 Hombres: 17	Palo Blanco -Salitral	Limon, Mango
Comité La Alberca	Total : 11 Mujeres: 05 Hombres: 06	La Alberca-Salitral	Limon, Mango

En el CIPCA existe consenso que la estrategia de comercialización implementada actualmente es poco satisfactoria. Uno de los ejemplos al respecto se deriva de la comercialización colectiva – parte central de la apuesta del CIPCA y de algunos socios y socias – que no logra ser concretizada.

En este contexto, el CIPCA requiere de una mirada externa que brinda insumos para repensar su asesoría en el campo de la comercialización de los productos promovidos, definiendo no sólo las diferentes modalidades o estrategias de comercialización, sino además también los diferentes roles

que deberían asumir los actores involucrados: a) productores y productoras, b) CIPCA y c) representantes de entidades estatales en miras a la sostenibilidad de la articulación con el (los) mercado(s).

5. Objetivo del servicio

Objetivo general

Elaboración de una estrategia CIPCA para asesorar procesos de comercialización de la agricultura familiar.

6. Productos esperados

Productos	Breve descripción del producto
Producto 1 Plan de trabajo del desarrollo del servicio	Plan de trabajo y cronograma de actividades de la consultoría, especificando la metodología, localización del análisis y de los productos. Presentando también la tabla de contenidos y los números de página del producto 4.
Producto 2 Análisis de las principales estrategias de comercialización implementadas por los y las productoras de la agricultura familiar.	1 documento breve que da cuenta de las diferentes estrategias de comercialización y articulación a los mercados adoptadas por los y las productoras y que abarca los productos y las zonas definidas previamente (plan de trabajo).
Producto 3 Análisis de la estrategia de comercialización implementada actualmente por el CIPCA actualmente. Identificando fortalezas y debilidades. Análisis de las relaciones que CIPCA establecidas con los demás actores participantes en el proceso de comercialización	1 documento breve que da cuenta de los aciertos y desaciertos del CIPCA relacionado a la promoción de la comercialización. Contempla de manera diferenciada a hombres y mujeres. 1 documento breve que da cuenta del involucramiento de los demás actores (productores/as, CIPCA, entidades estatales) y de los roles que asumen en la actualidad. El análisis de los productores se efectúa de manera diferenciada entre hombres y mujeres.
Producto 4 Versión preliminar de la estrategia CIPCA para asesorar procesos de comercialización de la agricultura familiar.	1 documento que presenta la estrategia CIPCA para asesorar procesos de comercialización que se nutre de los análisis previos (Productos 2 y 3), que define los roles que deberían ser asumidos por los diferentes actores.
Producto 5 Versión final de la estrategia CIPCA para asesorar procesos de comercialización de la agricultura familiar.	1 documento final de la estrategia que integra las observaciones formuladas por el equipo del programa Agricultura Familiar Sostenible y presentación del documento final editado (en Word y PDF).

7. Descripción del servicio para la elaboración de los productos

Aparte del estudio de la documentación entregada por el CIPCA, la consultoría se contempla trabajo de campo (entrevistas, grupos focales u otros que proponga el consultor) en los distritos propuestos (San Juan de Bigote; Salitral, San Miguel de El Faique y Canchaque), así como sesiones de trabajo con el equipo del programa en las instalaciones del CIPCA en Piura.

Se indican las principales actividades según los productos a ser entregados:

Productos	Principales actividades
Producto 1 Plan de trabajo del desarrollo del servicio	- Revisión de documentos entregados por CIPCA. - Coordinación con el equipo técnico de del CIPCA para plantear las actividades a desarrollar (Plan de Trabajo), la metodología, el cronograma y esquema del producto 4. Contempla definiciones claves: localización del análisis y productos
Producto 2 Análisis de las principales estrategias de comercialización implementadas por los y las productoras de la agricultura familiar	- Elaboración de herramientas para el recojo de información - Coordinación del equipo CIPCA para convocatoria - Aplicación de herramientas de recojo de información garantizando una adecuada participación de hombres y mujeres. Incluye, Talleres con productores y productoras. - Registro fotográfico breve - Elaboración de documento de análisis
Producto 3 Análisis de la estrategia de comercialización implementada actualmente por el CIPCA actualmente. Identificando fortalezas y debilidades. Análisis de las relaciones que CIPCA establecidas con los demás actores participantes en el proceso de comercialización	- Lectura de documentos CIPCA - Taller o entrevistas con equipo CIPCA - Procesamiento de insumos del recojo de información con la población - Elaboración de documento breve - Revisión de bibliografía especializada - Taller o entrevistas con equipo CIPCA - Entrevistas con otros actores relevantes para los procesos de comercialización - Elaboración de documento breve
Producto 4 Versión preliminar de la estrategia CIPCA para asesorar procesos de comercialización de la agricultura familiar	- Redacción de documento según esquema acordado - Uso de lenguaje inclusivo - Bibliografía con Formato APA - Anexo de personas participantes en talleres, entrevistas - Anexo de personas entrevistadas. - Presentación de documento a equipo CIPCA
Producto 5 Versión final de la estrategia CIPCA para asesorar procesos de comercialización de la agricultura familiar.	- Correcciones e añadido de observaciones del equipo CIPCA - Edición del documento (Word y PDF) - Anexo de los productos 2 y 3 editados

8. Insumos para el desarrollo del servicio

El CIPCA destina a Merly Castillo (economista) y Luz Reyes (agronomo) como interlocutores para el /la consultor/a.

El CIPCA hace entrega de los siguientes documentos al consultor o consultora:

- Estudio de línea Base del proyecto Fortalecimiento de la agricultura familiar de base agroecológica en el corredor del Alto Piura como motor de cambio económico, ambiental y social, con énfasis en igualdad de género. Piura – Perú;
- Informes de avances del Proyecto “Fortalecimiento de la agricultura familiar de base agroecológica en el corredor del Alto Piura como motor de cambio económico, ambiental y social, con énfasis en igualdad de género. Piura – Perú entregados a la Financiera.
- Planes de comercialización de los comités de productores de Hornopampa, Miguel Pampa, La Alberca, Huabal, Cooperativa HUASIMAL, Cooperativa COPAFEN.
- Propuesta comercialización de productos frutícolas de pequeños productores/as del corredor del Alto Piura.

- Informes de visitas comerciales en busca de compradores de socios comerciales a Jaen, Chiclayo y Santa Anita-Lima.
- Informes de Talleres de Capacitación “Retos y desafíos para la implementación de circuitos cortos de comercialización”.
- Estudio de prospección local-regional de frutas ecológicas en el corredor del Alto Piura.
- Estudio de factibilidad para la implementación de un centro de transformación agroindustrial en deshidratados y pulpas del corredor del Alto Piura - 2025
- Elaboración del diagnóstico económico territorial de la especialización productiva de frutales en el Corredor del Alto Piura - octubre 2024.

El equipo CIPCA asume la convocatoria de las reuniones (encuestas, grupos focales u otros) con los y las productoras, asume la presentación del/de la consultora durante estas sesiones y se encarga de la entrega de los refrigerios (Producto 2).

9. Perfil del consultor/a

- Agrónomo, economista o carrera afín con experiencia mínima de dos años en elaboración de diagnósticos o estudios sobre economía campesina.
- Mas de dos años de experiencia de trabajo con proyectos de desarrollo con énfasis en procesos de asistencia técnica y comercialización con pequeños productores/as de la agricultura familiar piurana.
- Experiencias con herramientas participativas para el recojo de datos.
- Habilidades para el procesamiento de información, redacción de documentos y uso de lenguaje inclusivo.

10. Plazos del servicio y modalidad de pago

El servicio se desarrolla en un plazo de 45 días calendario, a partir de la firma del contrato.

Productos	Período de ejecución	Modalidad de pago
Producto 1 Plan de trabajo del desarrollo del servicio	5 días	- 10 %
Producto 2 Análisis de las principales estrategias de comercialización implementadas por los y las productoras de la agricultura familiar	20 días	- 20%
Producto 3 Análisis de la estrategia de comercialización implementada actualmente por el CIPCA actualmente. Identificando fortalezas y debilidades. Análisis de las relaciones que CIPCA establecidas con los demás actores participantes en el proceso de comercialización	30 días	- 20%
Producto 4 Versión preliminar de la estrategia CIPCA para asesorar procesos de comercialización de la agricultura familiar	35 días	- 30%
Producto 5 Versión final de la estrategia CIPCA para asesorar procesos de comercialización de la agricultura familiar.	40 días	- 20 %

11. Supervisión y conformidad

La supervisión de la calidad del servicio estará a cargo de Luz Suyon. Los productos preliminares y finales, además, serán revisados por el coordinador del programa, la directora de gestión de conocimientos y el director territorial. El director territorial, será el responsable de emitir la conformidad final.

12. Presentación de propuestas

Los/as postulantes deben presentar su CV no documentado (N° DNI, RUC y N° celular) añadiendo su propuesta técnica y económica a todo costo, incluyendo honorarios, impuestos de ley, transporte y alojamiento. Estas propuestas se recibirán, hasta 05 días después de la convocatoria.

El monto presupuestado para la presente consultoría comprende S/. 12,000.00.

Las propuestas técnicas y económicas deben ser presentadas debidamente firmadas a Mirian Gallo (mgallo@cipca.pe), con copia a Emma Gallardo (egallardo@cipca.pe), Wilmer Bermejo (wbermejo@cipca.pe). Cualquier consulta sobre los TDR se pueden plantear a Luz Suyon (Lsuyon@cipca.pe) durante el plazo de la convocatoria.

Cronograma de selección

Actividades	Fecha
Proceso de Convocatoria	02/09/2026
Presentación y recepción de propuestas	Del 02 al 06/09/2026
Evaluación y selección de propuestas	07/09/2026
Elaboración y firma de contrato	10/09/2026

Los y las interesadas deben contar con comprobantes (Recibos por honorario o factura electrónica), cuenta bancaria a su nombre si es persona natural o a nombre de la empresa si es empresa jurídica, cuenta de detracciones y la ficha RUC debe contener entre sus actividades el servicio para el que postula el/a proveedor/a.

Los documentos mínimos necesarios para una propuesta son:

- Propuesta técnica que incluye propuesta metodológica para la elaboración de los diferentes productos y cronograma de actividades principales.
- Propuesta económica a todo costo.
- CV resumido de equipo o de consultor/a, no documentado.
- Nombre, correo electrónico y celular de dos personas de referencia.
- Datos personales y tributarios.

El/la CONSULTOR/A no deberá tener antecedentes de denuncias por hostigamiento sexual laboral, acciones discriminatorias o actos de violencia de género. Esta condición deberá constar en una declaración jurada y será verificada en el marco de la debida diligencia previa a la firma del contrato.