

Términos de Referencia

Estudio del potencial de mercado interno para Comercio Justo en Ecuador

Tipo de puesto	Consultor(a) en investigación de mercado
Lugar:	Ecuador
Relaciones internas:	Organizaciones de pequeños productores en Ecuador, miembros de la Coordinadora Nacional, miembros directivos de CLAC, equipo operativo de CLAC (Coordinador de Productos, Coordinador Regional, Dirección Ejecutiva)
Relaciones externas:	Empresas comerciales, instituciones privadas y públicas, consultores e investigadores, organismos cooperantes, partes interesadas en el Comercio Justo, y otras instancias relacionadas.
Reporta a:	Coordinador General de Productos y Mercados

1- Antecedentes

1.1. Acerca de CLAC

La Coordinadora Latinoamericana y de El Caribe de Pequeños Productores de Comercio Justo (CLAC), es una Asociación constituida con personería jurídica en El Salvador, que agrupa a cerca de 800 Organizaciones de Pequeños Productores (OPPs) y Organizaciones de Trabajadores dentro del movimiento Comercio Justo.

La CLAC está organizada en “Coordinadoras Nacionales”, “Redes de Productos” y la “Red de trabajadores”; las primeras agrupan a las organizaciones miembros de CLAC por país, mientras que las Redes de Producto, agrupan a las organizaciones por producto independientemente del país en el que se encuentren.

La misión de CLAC, es representar a las organizaciones democráticamente organizadas, velar por su fortalecimiento y desarrollo, facilitar asistencia a sus asociados, promocionar sus productos y valores, e incidir en instancias sociales, políticas y económicas¹.

1.2. Contexto de la consultoría

En su plan estratégico, la CLAC contempla varios ejes de trabajo para el crecimiento y la vinculación con mercados existentes y nuevos. Uno de ellos consiste en desarrollar e implementar iniciativas comerciales en el continente Latino Americano, con la finalidad de permitir a las

¹ Mayor información puede ser obtenida en www.clac-comerciojusto.org



organizaciones de productores asociadas a CLAC explorar e insertarse en nuevos mercados con potencial de crecimiento.

CLAC se encuentra ahora en una fase exploratoria, buscando evaluar con más precisión el potencial de diferentes países para el desarrollo del consumo y la venta de productos de Comercio Justo, así como entender el funcionamiento de esos mercados. Con los estudios de mercado, se busca medir el potencial de ciertos países, así como tener elementos de análisis para poder definir estrategias de desarrollo comercial adaptadas a cada país.

El presente estudio se centrará sobre Ecuador, en el cual CLAC ve un potencial de desarrollo, por la existencia de un entorno favorable a nivel del gobierno central como de algunos gobiernos locales. Ecuador cuenta con 2 ciudades para el Comercio Justo así como 4 Universidades para el Comercio Justo, que constituyen aliados locales para la promoción del Comercio Justo. Por otra parte, Ecuador cuenta con un número significativo de organizaciones de productores miembros de CLAC, y una diversidad de productos de Comercio Justo producidos en el país. Por fin, Ecuador cuenta con un Coordinadora Nacional de Comercio Justo bastante activa, que agrupa a las diferentes organizaciones de productores del país.

2- Objetivos

2.1. Objetivo general

El presente estudio busca evaluar el potencial de desarrollo del mercado interno para productos de Comercio Justo en Ecuador, entender el funcionamiento de este mercado, así como identificar oportunidades y posibles ejes de desarrollo.

2.2. Objetivos específicos

- Evaluar el interés y la demanda potencial de los consumidores ecuatorianos por los diferentes productos de Comercio Justo e identificar los grupos de población con mayor potencial de consumo.
- Evaluar cómo las organizaciones ecuatorianas pueden aprovechar las políticas públicas a favor de Comercio Justo, así como el interés y potencial de compra a nivel del sector estatal (gobierno central y gobiernos locales).
- Entender cómo está estructurado el mercado de alimentos en Ecuador, y los diferentes circuitos de distribución existentes.
- Evaluar el interés de las empresas ecuatorianas por el modelo y los productos de Comercio Justo, e identificar qué tipo de circuitos y empresas tendrían mayor potencial de compra.
- Formular conclusiones y recomendaciones sobre posibles estrategias de desarrollo del mercado de Comercio Justo en Ecuador.

3- Alcance del estudio

3.1. Productos considerados dentro del estudio

- El estudio de mercado deberá centrarse en prioridad en los siguientes productos de Comercio Justo producidos en Ecuador: cacao, café, quínoa, banano, azúcar (panela), flores, hierbas aromáticas.

3.2. Territorio

- El estudio contemplará el territorio de la República de Ecuador, buscando identificar zonas de mayor potencial de consumo de productos de Comercio Justo.

3.3. Áreas y componentes del estudio

El estudio deberá:

3.3.1. Evaluar la demanda real y potencial a nivel de consumidores

Esto incluye:

- Medición del consumo actual de los productos mencionados en el punto 3.1. en el mercado convencional
- Perfiles socio-económicos de consumidores en Ecuador y nivel de conciencia sobre problemáticas de desarrollo sostenible y consumo responsable de cada grupo
- Estimación de la población de consumidores potenciales de productos de Comercio Justo, para los productos mencionados en el punto 3.1.
- Distribución geográfica de los grupos de consumidores potenciales
- Hábitos de compra de los grupos de consumidores potenciales
- Sondeo sobre principales motivaciones de los consumidores potenciales cuando compran los productos mencionados en el punto 3.1. y jerarquización de esas motivaciones.
- Sondeo sobre conocimiento e interés de los consumidores por el modelo de Comercio Justo e intenciones de compra de productos de comercio justo
- Otros temas que sean relevantes

3.3.2. Evaluar el potencial de apoyo y compra a nivel del sector público

Esto incluye:

- Análisis de las políticas públicas existentes a favor de Comercio Justo a nivel nacional y a nivel local (Ciudades por el Comercio Justo) y sus posibles beneficios para las organizaciones de productores.
- Sondeo a actores claves en diferentes instituciones del Estado y a nivel local sobre interés por el modelo de Comercio Justo en adquisiciones públicas.

3.3.3. Analizar la estructura del comercio y la distribución de alimentos

Esto incluye:



- Presentación general sobre la estructura del comercio y la distribución de alimentos en Ecuador
- Descripción de los circuitos de producción y distribución de los productos mencionados en el punto 3.1. y características de cada circuito

3.3.4. Evaluar la demanda real y potencial a nivel de empresas privadas (agroindustrias, distribuidores, Out of Home)

Esto incluye:

- Mapeo de los actores de la producción, transformación y distribución de los productos mencionados en el punto 3.1.
- Análisis de políticas de sostenibilidad de las empresas agroindustriales y distribuidoras
- Análisis de esquemas de sostenibilidad y sellos existentes actualmente en el mercado y nivel de desarrollo de las principales iniciativas.
- Sondeo a actores claves sobre conocimiento e interés por el modelo de comercio justo, motivación e intención de compra de productos de Comercio Justo.

3.3.5. Analizar la oferta existente de productos de Comercio Justo para el mercado nacional

Esto incluye:

- Análisis de la oferta actual de productos de Comercio Justo a nivel materia prima en el país (productos, calidades, volúmenes, precios) y sus circuitos de distribución.
- Análisis de la oferta actual de productos procesados o terminados de Comercio Justo para el mercado nacional (productos, calidades, volúmenes, precios, cadena de suministro...).
- Análisis comparativo entre oferta de las organizaciones de productores y motivaciones de los consumidores y de las empresas compradoras.

3.3.6. Formular conclusiones y recomendaciones para el desarrollo del mercado de Comercio Justo en Ecuador

Esta parte debe considerarse como un componente clave del estudio. En base a lo analizado anteriormente, se buscará:

- Identificar los circuitos y actores más propicios para el desarrollo de una oferta de productos de Comercio Justo en el país.
- Analizar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas para el desarrollo de un mercado de Comercio Justo en Ecuador.
- Establecer recomendaciones sobre el posicionamiento que debería adoptar Comercio Justo en el mercado local (tipo de oferta, calidad, tipo de distribución, mensajes, etc.)
- Definir prioridades y ejes de trabajo para permitir el desarrollo de un mercado de Comercio Justo.

4- Metodología

La metodología del estudio deberá combinar:

- **Análisis de información de fuentes secundarias** (estudios existentes, reportes, datos estadísticos, prensa especializada, información corporativa y comercial de empresas, etc.)
- **Entrevistas a actores claves** (empresas compradoras, sector público, analistas de mercado, consultores, académicos, ONGs, representantes de Comercio Justo en Ecuador, personal operativo de CLAC, etc.)
- **Sondeos y/o grupos focales** a públicos meta, en base a muestras representativas.

5- Productos esperados

Al final de la consultoría, el consultor deberá entregar:

- Un informe completo y detallado sobre resultados y conclusiones del estudio.
- Una presentación sintética de resultados y conclusiones en Power Point
- Las bases de datos de entrevistas y encuestas
- Las bases de datos estadísticas utilizadas

6- Duración y condiciones

- La consultoría no deberá exceder **15 semanas** y deberá concluirse **antes del 15 de marzo 2018**.
- El consultor/la empresa consultora deberá reportar al Coordinador General de Productos y Mercados de CLAC avances en la conducción del estudio después de 6 semanas de iniciar el trabajo.
- Los pagos se realizarán según el siguiente cronograma: 30% al inicio, 30% a la presentación de avances y 40% a la presentación final y una vez entregado el conjunto de los productos esperados.
- Los costos de comunicación, de transferencias y cualquier otro en que se incurra, correrán por cuenta del consultor/de la empresa consultora.
- El consultor/la empresa consultora deberá mantener una comunicación fluida con CLAC, para cualquier aclaración con respecto a la investigación.
- El consultor/la empresa consultora estará a disposición de CLAC por 6 semanas para la necesaria revisión del texto una vez este sea entregado.
- El consultor/la empresa consultora deberá presentar los resultados del estudio en un evento organizado por CLAC, el cual podrá ser físico o virtual.

7- Perfil buscado y criterios de evaluación

El consultor/la empresa consultora deberá tener el siguiente perfil:



- Profesional(es) investigador(es) en estudios de mercado, con experiencia demostrada en mercados agrícolas y mercados de alimentos en Ecuador
- Con conocimiento del sector de las organizaciones de pequeños productores de Comercio Justo
- Con buen conocimiento del mundo empresarial ecuatoriano, en particular del sector agroindustrial y de los diferentes circuitos de distribución
- Con buen conocimiento y experiencia con el sector público y los procesos de compras públicas en Ecuador
- Con buenos conocimientos en políticas de sostenibilidad de las empresas, tendencias de comercio ético y consumo responsable

La evaluación y selección del consultor/de la empresa consultora se hará en base a los siguientes criterios:

- Perfil y experiencia
- Propuesta técnica
- Propuesta financiera
- Referencias

Sírvase enviar su hoja de vida, referencias, propuesta técnica y propuesta financiera a nicolas.l@clac-comerciojusto.org **antes del 22 de noviembre 2017.**