

TÉRMINOS DE REFERENCIA.

Campaña de marketing y comunicación de la Red de comercialización y su Centro de Ventas en Asunción en el marco del proyecto “Teko katu: Sistema alternativo de comercialización agroecológica en base a la economía social y solidaria en Paraguay”.



Asunción – Paraguay
2019

JUSTIFICACIÓN

El Centro de Estudios Paraguayos Antonio Guasch (*CEPAG*) es una obra apostólica de la Compañía de Jesús en Paraguay. Lleva 52 años de vida institucional. Tiene como misión promover la práctica de los valores evangélicos en el Paraguay, incidiendo efectivamente en la transformación de las estructuras causantes de la pobreza, la inequidad social, y generando compromiso con el cuidado del medio ambiente. Además, alienta el protagonismo activo y favorece la participación organizada de las personas en situación de exclusión social atendiendo a su dignidad, contemplando población rural, periurbana e indígena para la construcción de alternativas sociales más equitativas.

Actualmente el CEPAG hace presencia en 5 departamentos a lo largo del país. Cuenta con oficinas regionales en el departamento de Misiones, San Pedro, Canindeyú, Caazapá y la zona periurbana de Asunción. Interviene con estrategias de educación, participación y alianzas estratégicas en coordinación con instituciones y organizaciones que tienen fines similares y complementarios. El acompañamiento a los colectivos vulnerables, especialmente en las áreas rurales, está dirigido a fortalecer las capacidades locales, la seguridad y soberanía alimentaria, el desarrollo rural con enfoque agroecológico, la incidencia en políticas públicas y la generación de empleo digno como medio sostenible de erradicación de la pobreza.

Uno de los proyectos en ejecución es el proyecto “Teko katu: Sistema alternativo de comercialización agroecológica en base a la economía social y solidaria en Paraguay” pretende contribuir a la mejora del medio de vida campesino mediante la promoción de una economía social sostenible y solidaria para la población campesina de 4 departamentos del país: Canindeyú, Misiones, Caazapá y San Pedro.

En la actualidad, cada una de las 4 asociaciones cuenta con un centro de acopio propio y comercializa sus productos en el mercado local de las 4 zonas geográficas (Caazapá, San Pedro, Misiones y Canindeyú), pero tienen una capacidad de maniobra limitada. Los centros de acopio no poseen un capital operativo suficiente para la compra de grandes cantidades de productos campesinos y la comercialización se centra en lo local sin mucho dinamismo. Estos centros de acopio sí cuentan con infraestructura, experiencia y estructura organizativa responsable de su administración. Con la instalación de un centro de comercialización en la capital del País (Asunción), se podrá organizar la comercialización en un punto de alta demanda, actualmente insatisfecha. Además, será un centro de referencia donde se podrá organizar y concienciar a consumidores que necesitan o elijan comer productos sanos, agroecológicos rompiendo la cadena de intermediación y contribuyendo al sostenimiento del medio de vida campesino.

Antes de instalar este de Centro de ventas, se deberá contar con una campaña de marketing, de tal manera que se logre aumentar su visibilidad y como consecuencia su posicionamiento en su nicho de mercado. Además, contar con un logotipo e identidad corporativa que represente a la Red de Comercialización y al Centro de Ventas y a través de estas se instale como referencia del consumo sano, responsable y de sostenimiento de medio de vida campesina.

OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA

- Elaborar una campaña de marketing y comunicación que incluya:
 - a) Un plan de acción a corto y mediano plazo.
 - b) Imagen Corporativa de la Red de Comercialización y su Centro de Ventas en Asunción (logotipo, eslogan, etc.)
 - c) Creación de redes sociales, así como pagina web.
 - d) Plan de Posteos en redes sociales.
 - e) Plan de posicionamiento de las marcas Yvy Poty, La comuna y otro.
 - f) Plan de alianzas/convenios con universidades, colegios, supermercados, red de productores, etc.
 - g) Trabajar en una propuesta de marca que englobe la vida campesina y sus productos.

PRODUCTOS

1- Entregables de Campaña de Marketing y comunicación.

- Planes operativos de marketing, deben incluir una descripción detallada de las acciones a ser desarrolladas, con un cronograma y presupuesto anual.
- Planes de estrategias de Posicionamiento de las marcas.
- Propuesta de acciones a desarrollar para “comunicar” al público de interés mensajes clave que podrán incluir, por ejemplo: Productos comunicacionales (dípticos, trípticos, posters, banners, elaboración de formatos de boletines, etc.)
- Plan de Seguimiento a la implementación de la estrategia que considere todos aquellos elementos que serán necesarios observar durante un tiempo definido para asegurar la visibilidad de la nueva imagen del centro de comercialización y su posicionamiento en su nicho de mercado.
- Manual de uso de imagen/marca corporativa.

2- Documentos Entregables de Manual de marca.

- Construcción del Logo/logo símbolo/logotipo: Colores/Escala de Grises/Alto contraste/Formatos mínimos.
- Logo en Alta resolución.
- Significado del Logo.
- Colores Institucionales.
- Fuentes tipográficas.
- Papelería: Folders, Tarjetas de presentación y membretes cartas.

- Aplicaciones: Presentaciones en redes sociales, portadas e imágenes para uso en sitio Web, Facebook, Twitter y otros medios electrónicos.

TIEMPO DE DURACIÓN DE LA CONSULTORÍA

Del 20 de agosto al 30 de septiembre del 2019.

OFERTA PRESUPUESTARIA

La persona o entidad consultora deberá presentar en digital vía correo electrónico la oferta. Además, deberá proporcionar los siguientes documentos:

- Breve Currículo Vitae u Hoja de Vida o presentación de la entidad o equipo consultor, actualizado con especial énfasis en las experiencias relacionadas a la convocatoria, incluyendo enlaces donde encontrarlas si las hubiere.
- Propuesta técnica y económica detallada.
- Cronograma de trabajo.
- Copia de cédula tributaria y certificado de cumplimiento tributario.

Cronograma de la convocatoria

Recepción de propuestas: Hasta el 15 de agosto 2019

Selección y entrevistas: 16 al 18 de agosto

Firma del contrato: 19 de agosto

Contacto: Enviar al correo nataliabaez@cepag.org.py con copia a cepag@cepag.org.py con atención a Natalia Báez.

COSTO Y FORMA DE PAGO DE LA CONSULTORÍA

Monto máximo

25.000.000 Iva incluido.

Forma de pago

Primer pago: 20% del total a la firma del contrato.

Segundo pago: 40% contra presentación y aprobación de los documentos preliminares.

Tercer pago: 40% al aprobarse los documentos finales presentados.