

SOLICITUD DE MANIFESTACIONES DE INTERÉS
SERVICIOS DE CONSULTORÍA - OPERACIONES EJECUTADAS POR EL BANCO
PROCESO DE SELECCIÓN COMPETITIVO SIMPLIFICADO

NOMBRE DEL PROYECTO: Consultoría sobre oportunidades estratégicas vinculadas a nichos emergentes de agroalimentos: estudio piloto para la cadena del café en MENA

SELECCIÓN #: RG-T4484-P001

MÉTODO DE SELECCIÓN: Competitivo Simplificado

PAÍS: Regional

SECTOR OR DEPARTAMENTO: Sector de Productividad, Comercio e Innovación (PTI)

NOMBRE DE LA CT: Oportunidades estratégicas para incrementar la competitividad del comercio agroalimentario e inversión sostenibles

FINANCIAMIENTO – CT #: ATN/OC-21373-RG

ENLACE AL DOCUMENTO DE CT: <https://www.iadb.org/en/project/RG-T4484>

Atención Firmas Consultoras: Actualización Importante sobre el Registro en el Portal de Adquisiciones BEO

A partir del 1 de julio, todas las firmas consultoras, tanto nuevas como previamente registradas en el [Portal de Adquisiciones BEO](#), deben agregar su **Número de Socio Comercial (Business Partner Number por sus siglas en inglés)** al perfil de su organización para participar o continuar participando en un proceso de adquisición BEO.

Por favor consulte las [Preguntas Frecuentes](#) (FAQs) en el Portal para más detalles sobre "**Cómo encontrar u obtener su Número BP**".

Evite retrasos, no espere hasta el último momento para completar esta actualización. Este proceso puede tardar hasta **48 horas** en completarse y podría impedir que su organización participe en un Proceso BEO.

Para preguntas o asistencia técnica, utilice el [chat en vivo](#) en la página del Portal de Adquisiciones BEO o envíenos un correo electrónico a: ocs.procurement@iadb.org

El Banco Interamericano de Desarrollo (el Banco) se creó en diciembre de 1959 para contribuir a acelerar el desarrollo económico y social de América Latina y el Caribe. En la actualidad, el Banco es un importante catalizador en la movilización de recursos para la región (Para más información sobre el Banco, consulte su sitio web en www.iadb.org).

Sección 1. Objeto de la presente Solicitud de Manifestaciones de Interés

- 1.1. El Banco ejecuta el proyecto mencionado. El Banco tiene la intención de contratar los servicios de consultoría descritos en la presente Solicitud de Manifestaciones de Interés (REOI, por sus siglas en inglés). El propósito de esta REOI es obtener información suficiente que permita al Banco evaluar si las empresas consultoras (EC) elegibles poseen la experiencia y la competencia requeridas pertinentes para prestar los servicios de consultoría solicitados por el Banco.
- 1.2. Según se define en la Política de Adquisiciones Institucionales ([GN-2303-33](#)), las EC participantes deben ser de un País¹ o Territorio² miembro del Banco para poder presentar una Manifestación de Interés (EOI por sus siglas en inglés). Las EC que posean la experiencia requerida relevante para el encargo serán evaluadas. El Banco llevará a cabo la evaluación y clasificación (ranking) de las EOI presentadas por las EC que hayan manifestado su interés. El Banco invitará a las EC a presentar una propuesta en el orden en que se haya establecido la clasificación (ranking). Si la propuesta de la EC clasificada en primer lugar es aceptable, se le invitará a negociar un Contrato. Si fracasan las negociaciones con la primera EC, se podrá invitar a la siguiente EC clasificada a presentar una propuesta y negociar.
- 1.3. Esta REOI no debe interpretarse ni como una Solicitud de Propuesta ni como una oferta de contratación y no obliga en modo alguno al Banco a contratar a ninguna EC. El Banco se reserva el derecho de rechazar cualquiera y todas las EC participantes por cualquier motivo o sin motivo alguno, sin necesidad de dar explicaciones. El Banco no se compromete de modo alguno a seleccionar a una empresa consultora participante. El Banco no informará los motivos por los que cualquier EC participante haya o no sido incluida como parte de la lista corta.

Sección 2. Instrucciones para las empresas consultoras elegibles

- 2.1. Las manifestaciones de interés deberán enviarse utilizando el *Portal de Adquisiciones BEO del BID* (el Portal) (<http://beo-procurement.iadb.org>) antes del *21 de marzo de 2025* -5:00 PM. (**hora de Washington, D.C.**) en formato PDF (Max. 45MB).

¹ **Países miembro:** Alemania, Argentina, Austria, Bahamas, Barbados, Bélgica, Belice, Bolivia, Brasil, Canadá, Colombia, Costa Rica, Chile, Croacia, Dinamarca, Ecuador, El Salvador, Eslovenia, España, Estados Unidos, Finlandia, Francia, Guatemala, Guyana, Haití, Honduras, Israel, Italia, Jamaica, Japón, México, Nicaragua, Noruega, Países Bajos, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Reino Unido, República de Corea, República Dominicana, República Popular China, República Popular Democrática de Corea, Suecia, Suiza, Surinam, Trinidad y Tobago, Uruguay y Venezuela. Tobago, Reino Unido, Uruguay y Venezuela.

² **Territorios elegibles:** a) Guadalupe, Guayana Francesa, Martinica, Reunión - como Departamentos de Francia; b) Islas Vírgenes de los Estados Unidos, Puerto Rico, Guam - como Territorios de los EE.UU.; c) Aruba - como país constituyente de los Países Bajos; y Bonaire, Curaçao, San Martín, Saba, San Eustaquio - como Departamentos de los Países Bajos; d) Hong Kong - como Región Administrativa Especial de la República Popular China.

- 2.2. Para acceder al Portal, la EC debe generar una cuenta de registro que incluya **todos** los datos solicitados por el Portal. En caso de que no se incluya alguno de los datos solicitados, la empresa consultora no podrá participar en este ni en ningún otro proceso de selección que lleve a cabo el Banco. Si la empresa consultora se ha registrado previamente, verifique que tenga **toda** la información de la EC actualizada y completa antes de presentar una EOI.
- 2.3. Las EC elegibles podrán asociarse en forma de Consorcio/ Joint Venture (JV) para mejorar sus calificaciones. Dicho Consorcio/ JV designará a una de las EC como representante responsable de las comunicaciones, del registro en el Portal y de la presentación de los documentos correspondientes.
- 2.4. Las EC elegibles interesadas podrán obtener más información en horario de oficina, de 09:00 AM a 5:00 PM (**hora de Washington, D.C.**), enviando un correo electrónico a: *Levi Zegarra, Jefe de Equipo del Programa* (leviz@iadb.org) y *Nicolas Grosman* (ngrosman@iadb.org) y *María Candelaria Mosquera Mansilla* (mariammos@iadb.org)

Banco Interamericano de Desarrollo

División: *Sector de Productividad, Comercio e Innovación (PTI/TIN)*

A la atención de: *Levi Zegarra, Jefe de Equipo del Programa*

1300 New York Ave, NW

Washington DC 20577

Tel: *+2023163558*

Correo electrónico: leviz@iadb.org

Página web: www.iadb.org

- 2.5. Por la presente, el Banco invita a las EC elegibles a indicar su interés en prestar los servicios descritos a continuación en el borrador de Términos de Referencia para realizar los servicios de consultoría. Las EC interesadas deberán proporcionar información que demuestre que poseen la experiencia necesaria y están calificadas para prestar los servicios. Para que todas las respuestas puedan evaluarse adecuadamente, las EC elegibles deben incluir en sus presentaciones la información solicitada en la siguiente sección, con explicaciones completas y claras.

Sección 3. Servicios de consultoría

- 3.1. Los servicios de consultoría incluyen **i)** analizar la relevancia del mercado de Medio Oriente y África del Norte (MENA) en términos de (actual y crecimiento en los últimos 15 años): tamaño del mercado, contribución a la economía global, demografía, flujos de comercio e inversión, principales mercados, **ii)** caracterizar el

mercado de café en MENA en términos de (actual y crecimiento en los últimos 15 años): tamaño total, principales mercados, flujos de comercio e inversión, principales productos, iii) mapear la cadena de café en MENA y actores clave a lo largo de la cadena, iv) Identificar y caracterizar principales tendencias vinculadas al mercado de café en MENA con particular énfasis en tendencias vinculadas. La consultoría tendrá una duración de 5 meses y cuenta con un presupuesto estimado en USD 48,000 (dólares estadounidenses cuarenta y ocho mil)

- 3.2. Aunque no existe un formato estándar para presentar una EOI, las EC elegibles deberán presentar una EOI que contenga la siguiente información:
- a) Información básica: indique el nombre oficial de la EC, el nombre de la persona de contacto, la dirección de correo electrónico, los números de teléfono y la dirección de la oficina de la persona de contacto clave responsable de la EOI.
 - b) Antecedentes: Incluya una descripción de la EC. La EC puede incluir folletos o documentos que proporcionen información sobre su organización, historia, misión, estructura y número de empleados.
 - c) Experiencia relacionada con los servicios de consultoría solicitados: Proporcione todo tipo de pruebas que la EC considere apropiadas para demostrar su experiencia y conocimientos técnicos en la prestación de servicios similares a los descritos en el Anexo A, Términos de Referencia (por ejemplo, folletos, informes, estudios, descripción de encargos similares, referencias a casos en los que haya prestado servicios similares, experiencia en condiciones similares, disponibilidad de habilidades apropiadas entre el personal, etc.)
- 3.3. Presupuesto estimado: **USD 48,000 (dólares estadounidenses cuarenta y ocho mil)**

Anexo A. Borrador de los Términos de Referencia

Tenga en cuenta que el Banco podrá modificar los Términos de Referencia adjuntos. Se notificarán estos cambios a las EC que hayan sido preseleccionadas.

Términos de Referencia

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Consultoría sobre oportunidades estratégicas vinculadas a nichos emergentes de agroalimentos: estudio piloto para la cadena del café en MENA

País: Regional

Número de proyecto: ATN/OC-21373-RG

Número de Cooperación Técnica: RG-T4484

Enlace: [IDB | Strategic opportunities to increase the competitiveness of sustainable agri-food trade and investment](#)

NOMBRE DE LA COOPERACIÓN TÉCNICA Oportunidades estratégicas para incrementar la competitividad del comercio agroalimentario e inversión sostenibles

1. Antecedentes y Justificación

- 1.1. Siendo la seguridad alimentaria una dimensión estratégica para el reposicionamiento del Banco en la agenda de desarrollo económico sostenible e inclusivo de América Latina y el Caribe (ALC) en un contexto postpandemia, se busca potenciar el rol de la facilitación y promoción del comercio, de la inversión productiva y de políticas comerciales – de inversión en la agenda de ALC a fin de incrementar la disponibilidad y estabilidad de la oferta de alimentos en el corto – mediano plazo. Pretendemos avanzar en la construcción de una agenda de alto nivel de naturaleza subregional y/o nacional anclada en la identificación de cadenas agroalimentarias estratégicas para la seguridad alimentaria, con atención de dimensiones transversales claves como sostenibilidad, resiliencia al cambio climático, inocuidad y seguridad de los alimentos, entre otras.
- 1.2. En tal sentido, el Banco -a través de su División de Comercio e Inversión (PTI/TIN), - está diseñando una nueva visión regional que potencie el rol del comercio y la inversión en la lucha contra la inseguridad alimentaria en el corto – mediano plazo. El objetivo es identificar una agenda de facilitación comercial, de promoción – atracción de inversiones y de reformas de política que permitan fortalecer la lucha contra la seguridad alimentaria, promoviendo la coordinación de políticas, la creación de incentivos en bienes públicos, soluciones innovadoras y una mayor coordinación público – privada para atender la crisis actual y acciones a futuro.

2. Objetivos

- 2.1. Estamos buscando una firma consultora con visión estratégica y probada experiencia laboral para apoyar la definición de una agenda institucional y operativa innovadora que promueva un aumento del comercio agroalimentario regional y la atracción de inversiones en agronegocios para fortalecer las acciones de los países de ALC en la lucha contra la inseguridad alimentaria a nivel regional y/o mundial.
- 2.2. Estamos buscando la identificación de oportunidades estratégicas en ALC y para sus países miembro para promover un mayor comercio agroalimentario, diversificar sus agroexportaciones y atraer mayores inversiones en agronegocios a fin de atender demanda mundial futura de alimentos y apoyar la reducción de la inseguridad alimentaria.
- 2.3. El trabajo se enfocará en la caracterización de la demanda de agroalimentos en mercados emergentes y la identificación de oportunidades para la región a partir del entendimiento de las últimas tendencias en consumo y de las ventajas competitivas de países de ALC.
- 2.4. En tal sentido, ALC tiene un rol fundamental en el comercio global de agroalimentos. Concentra 18% de las exportaciones y 14% de la producción global de alimentos¹. Es la región con mayor superávit comercial de alimentos en el mundo (184 mil millones de USD entre 2020 y 2022²) y es líder global en productos como banano (78% de las exportaciones globales), soja (61%), café (53%) o pescado (45%), entre otros³.
- 2.5. La diversificación de mercados persiste como uno de los grandes desafíos del sector en la región. Alrededor del 87% de las exportaciones agroalimentarias de ALC se dirige a mercados extrarregionales, principalmente Estados Unidos, Unión Europea y China ([repositorio.cepal.org](#)). Históricamente, Norteamérica y Europa fueron los destinos predominantes; por ejemplo, Estados Unidos importa masivamente frutas tropicales, café y carne de México, Centroamérica y Mercosur, mientras la UE compra banano, café, soja, entre otros. En la última década, Asia (especialmente China) ha cobrado enorme relevancia: China se ha vuelto un comprador clave de productos sudamericanos (soja, carnes, azúcar), mostrando un aumento significativo de demanda ([repositorio.cepal.org](#)). La creciente dependencia de pocos mercados (EE.UU., UE, China) conlleva riesgos, por lo que se plantea la necesidad de diversificar destinos en el futuro ([repositorio.cepal.org](#)).
- 2.6. Dado que el comercio jugará un rol central en atender la demanda de alimentos en un contexto marcado por los impactos cada vez más pronunciados de cambio climático, se busca identificar cadenas de valor

estratégicas (oferta) en base a las ventajas comparativas naturales de la región para facilitar el comercio e inversiones con foco en atender demanda potencial futura (regional o mundial) y diversificar oferta exportadora local a través de la integración de cadenas regionales de valor.

- 2.7. En este contexto, el Banco está desarrollando una serie de estudios para desarrollar una mirada distintiva sobre la identificación de oportunidades para ALC vinculadas a fortalecer la seguridad alimentaria a través del comercio internacional. Como parte de este esfuerzo, se están llevando a cabo simulaciones para caracterizar la evolución esperada de la oferta y demanda global de agroalimentos bajo distintos escenarios de cambio climático, geopolítica y cambio tecnológico. Asimismo, se están llevando a cabo estudios país que permiten, a través de una combinación de trabajo de escritorio y trabajo de campo, identificar cadenas de alto potencial e identificar y caracterizar oportunidades específicas y obstáculos vinculados a esas cadenas, de forma tal de poder plantear una agenda estratégica desde la óptica del comercio e inversión. Dicha agenda presta atención a diferentes dimensiones transversales claves como competitividad, sostenibilidad, resiliencia al cambio climático, inocuidad y seguridad de los alimentos, acceso a mercados, entre otras.
- 2.8. El objetivo de este estudio es complementar estos estudios, con una mirada “centrada en la demanda” que permita desarrollar aprendizajes para ayudar a los países a la región a ingresar a nuevos mercados.
- 2.9. Se busca posicionar estratégicamente al Banco en: i) el fortalecimiento del diálogo de políticas subregionales y/o nacionales – reformas en materia de comercio e inversión agroalimentario y; ii) en la identificación, priorización e implementación de nuevos programas o iniciativas que permitan materializar oportunidades estratégicas en cadenas de valor (agenda operativa), con intervenciones de corto – mediano plazo, de naturaleza público-privada y de impulso a la innovación tecnológica, financiera y sustentabilidad en el área de comercio e inversión.

3. Alcance de los Servicios

- 3.1. El presente estudio tendrá un foco “dual” en términos de mercado objetivo y cadena analizada, de forma tal de poder desarrollar una mirada suficientemente profunda e innovadora que permita generar contribuciones significativas a la agenda operativa. Este foco específico permitirá además servir como “piloto” para poder eventualmente replicar el estudio en otros mercados y/o cadenas.
- 3.2. **En términos de cadenas, el estudio se centrará en la cadena del café.** El consumo mundial de café mantiene una tendencia ascendente sostenida. En el ciclo 2021/22 el consumo global alcanzó 170.3 millones de sacos (60 kg), con un crecimiento anual de 3.3% ([reuters.com](https://www.reuters.com)). Incluso durante la pandemia, la demanda mostró resiliencia, y para 2023/24 se proyecta llegar a ~177 millones de sacos ([dailycoffeenews.com](https://www.dailycoffeenews.com)). Este aumento está impulsado por la expansión de cafeterías y una mayor adopción del café en mercados emergentes (Asia y MENA, entre otros), sumado al consumo estable o creciente en tradicionales (Europa, Norteamérica). La caficultura es una pieza fundamental del agro en ALyC. La región produce cerca de 60% del café mundial ([statista.com](https://www.statista.com)), siendo particularmente dominante en café arábica (variedad de mayor calidad): en 2020 ALyC aportó 84% de la producción global de arábica y 51% de la de robusta (repositorio.cepal.org). Brasil es el mayor productor y exportador de café del planeta, con ~66 millones de sacos (60 kg) en 2023/24 (39% de la producción mundial) (fas.usda.gov). Colombia es el tercer productor global (aprox. 8% mundial) (fas.usda.gov) y primer exportador de cafés arábigos suaves. Otros países latinoamericanos destacados en la producción/exportación incluyen Honduras, Perú, Guatemala y México, todos entre los 10 principales exportadores globales (openknowledge.fao.org). De los 10 mayores exportadores de café en el mundo, cinco son de ALyC (Brasil, Colombia, Honduras, Perú y Guatemala) (openknowledge.fao.org), reflejando la ventaja comparativa de la región en este cultivo.
- 3.3. El café tiene un gran impacto socioeconómico en ALyC. Es un motor de ingresos de exportación (especialmente crítico para economías centroamericanas y andinas) y sustento para millones de pequeños agricultores. A nivel global, se estima que 125 millones de personas dependen del café para su sustento (fairtrade.org.uk), muchos de ellos pequeños productores en países latinoamericanos, africanos y asiáticos. En Centroamérica, por ejemplo, el café ha representado históricamente una proporción importante del PIB agrícola y de las exportaciones, además de generar empleo rural. También ha sido un cultivo socialmente integrador: en países como Colombia, Perú o Honduras, cientos de miles de familias campesinas dependen de la cosecha de café,

organizadas frecuentemente en cooperativas. Esta relevancia trasciende lo económico, teniendo también un peso cultural (ej. “cafetaleros” con generaciones dedicadas al cultivo) y contribuyendo al desarrollo rural (infraestructura, educación financiada con ingresos cafeteros, etc.). No en vano, el café es el producto agrícola tropical más valioso y ampliamente comercializado del mundo (fairtrade.org.uk), clave para las balanzas comerciales de muchos países latinoamericanos.

3.4. En términos de mercados, el estudio se enfocará en el mercado de Medio Oriente y África del Norte (MENA).

El mercado de MENA se ha convertido en uno de los de mayor crecimiento para el café a nivel mundial. Aunque tradicionalmente la región estuvo más asociada al consumo de té, en las últimas décadas el café ha ganado terreno de forma notable. En conjunto, los países de MENA representan aproximadamente 7% de las importaciones mundiales de café en volumen (ico.org). Para dimensionar, eso equivale a unos 12-13 millones de sacos anuales en la actualidad. En valor, el total importado por MENA se estima en más de USD 1.200 millones anuales a finales de la década de 2010 (teaandcoffee.net), con tendencia al alza. Por ejemplo, las importaciones de Arabia Saudita sumaron USD 465 millones en 2023 (oec.world), las de Egipto USD 216 millones en 2023 (trendeconomy.com) y Argelia alrededor de USD 188 millones en 2022 (oec.world). La tasa de crecimiento de las compras regionales ha sido sobresaliente: en las últimas dos décadas, Oriente Medio y países árabes incrementaron el volumen importado en +171%, liderando el crecimiento entre los llamados “mercados no tradicionales”. Emiratos Árabes Unidos (EAU) se ha posicionado como un hub comercial: importó ~USD 111 millones en café en 2019 (teaandcoffee.net), no solo para consumo interno sino también reexportando a vecinos, y representó entre 9% y 14% de las importaciones totales de Oriente Medio en años recientes (teaandcoffee.net). Otros mercados relevantes incluyen Líbano, con un consumo per cápita sorprendentemente alto (5.7 kg por persona, ranking 9º mundial) (anacafe.org), Qatar y Kuwait (altos ingresos y cultura de café emergente), Marruecos y Túnez en el Magreb, e Irán (aunque de fuerte tradición de té, el café gana popularidad urbana). Si bien el peso individual de cada país varía, en conjunto la región presenta múltiples destinos de nicho y de volumen para los exportadores de café.

3.5. Factores demográficos y económicos sostienen este crecimiento: población joven en expansión, urbanización acelerada, mayor poder adquisitivo y la incorporación de la mujer al ámbito laboral, lo que tiende a popularizar bebidas estimulantes como el café. Según proyecciones de mercado, se espera que el segmento de café en Medio Oriente y África continúe creciendo a tasas de ~5-7% anual en la presente década (organicandnatural.com), superando el crecimiento de mercados tradicionales más consolidados.

4. Actividades Clave

- 4.1. Analizar la relevancia del mercado de MENA en términos de (actual y crecimiento en los últimos 15 años): tamaño del mercado, contribución a la economía global, demografía, flujos de comercio e inversión, principales mercados.
- 4.2. Caracterizar el mercado de café en MENA en términos de (actual y crecimiento en los últimos 15 años): tamaño total, principales mercados, flujos de comercio e inversión, principales productos.
- 4.3. Mapear la cadena de café en MENA (incluyendo eslabones y actividades detalladas) y actores clave a lo largo de la cadena (incluyendo análisis de qué países y regiones participan en cada parte de la cadena).
- 4.4. Identificar y caracterizar principales tendencias vinculadas al mercado de café en MENA (globales y regionales), con particular énfasis en tendencias vinculadas al consumo.
- 4.5. Utilizando información detallada de tamaño de mercado y crecimiento por país y segmento, identificar oportunidades de mayor potencial dentro del mercado de café en MENA.
- 4.6. Caracterizar las oportunidades priorizadas en términos de: mercados específicos de destino, canales, formatos, principales clientes, contribución a la sostenibilidad ambiental, requisitos de admisión.
- 4.7. Considerando las ventajas comparativas de la región, el tamaño de mercado y los requisitos de admisión, priorizar oportunidades con mayor factibilidad para ALC.
- 4.8. Validar y refinar la lista de oportunidades priorizadas a través de trabajo de campo con expertos y potenciales compradores en la región.
- 4.9. Estimar potencial tamaño del mercado y potencial incremento de las exportaciones a los que ALC podría aspirar en esas oportunidades.

- 4.10. *Mapear las oportunidades priorizadas contra los diferentes países de la región, incluyendo detalle de países de origen y destino asociados a cada oportunidad priorizada.*
- 4.11. *Identificar los principales desafíos que pueden enfrentar los países exportadores de ALC para abordar las oportunidades identificadas, considerando principalmente aspectos vinculados a: productividad, comercio, innovación y sostenibilidad.*
- 4.12. *En función de los desafíos identificados, desarrollar un conjunto de recomendaciones a nivel regional (ALC) y subregional (p.ej. Comunidad Andina) que ayuden a los productores locales (ALC) a ingresar a los mercados analizados con los productos identificados como de mayor potencial, incluyendo identificación de actores relevantes público – privados para diseñar una agenda regional de comercio e inversión vinculada a la mayor inserción de la cadena del café en el mercado de MENA, junto al mapeo de iniciativas existentes y/o propuestas.*
- 4.13. *Participación en sesiones técnicas con el equipo PTI/TIN para preparar una propuesta de agenda en materia de comercio, inversión, integración y seguridad alimentaria.*
- 4.14. *Participación en eventos, foros y diálogos de política regional en estos temas.*
- 4.15. *Trabajar en estrecha coordinación con el equipo PTI/TIN, y otros consultores contratados por PTI/TIN para alcanzar los objetivos de esta consultoría.*

5. Resultados y Productos Esperados

- 5.1. Entregable #1 – **Plan de trabajo (Formato: PPT, Word o Excel)**, incluyendo hitos, actividades, cronogramas y metodología propuesta para alcanzar los objetivos de esta consultoría y participación en reuniones internas y/o externas.
- 5.2. Entregable #2 – **Caracterización del mercado (Formato: PPT)**, incluyendo contenidos relacionados a las actividades 4.1 a 4.4.
- 5.3. Entregable #3 – **Identificación y caracterización de oportunidades (Formato: PPT)**, incluyendo contenidos relacionados a las actividades 4.5 a 4.9.
- 5.4. Entregable #4 – **Agenda para ALC (Formato: PPT)**, incluyendo contenidos relacionados a las actividades 4.10 a 4.12.
- 5.5. Entregable #5 – **Informe final (Formato: Word y PPT)**, incluyendo todos los contenidos abarcados en los entregables #2 a #5, en 2 formatos: i) informe de Word siguiendo estándares de una publicación, ii) presentación de PPT que sintetice los principales hallazgos del estudio.

6. Calendario del Proyecto e Hitos

La consultoría tendrá una duración total de 5 meses.

| | |
|---|---|
| Entregable 1: Plan de trabajo de la consultoría | 10 días calendario tras la firma del contrato |
| Entregable 2: Caracterización del mercado | 30 días calendario tras la firma del contrato |
| Entregable 3: Identificación y caracterización de oportunidades | 90 días calendario tras la firma del contrato |

| | |
|---|--|
| Entregable 4: Agenda para ALC | 120 días calendario tras la firma del contrato |
| Entregable 5: Informe final | 150 días calendario tras la firma del contrato |

7. Requisitos de los Informes

- 7.1.** El responsable de proyecto de la firma consultora o institución seleccionada deberá trabajar de forma cercana con PTI/TIN y el consultor contratado por el BID para desarrollar los entregables.
- 7.2.** Es obligación del contractual presentar productos de óptima calidad conforme a los parámetros de calidad establecidos en el medio. El trabajo deberá contar con el contenido y la cantidad de información necesaria para lograr una óptima comprensión y calidad de los productos esperados.
- 7.3.** Todo informe debe ser sometido al Banco en un archivo electrónico y editable (con el formato estipulado en cada entregable). El informe debe incluir una carátula, documento principal, y todos los anexos. Archivos en formato Zip no serán aceptados como informes finales debido a los reglamentos de la Sección de Administración de Archivos.

8. Criterios de aceptación

- 8.1.** Los entregables serán revisados y aprobados por el equipo técnico de PTI/TIN y serán aceptados en la medida que cumplan con las actividades previstas y bajo los estándares de calidad establecidos durante la etapa de planificación de la consultoría.
- 8.2.** El responsable de proyecto de la firma consultora o institución seleccionada deberá asegurar que los entregables sean enviados con suficiente anticipación para cumplir con los plazos estipulados en el calendario de entregables.
- 8.3.** El responsable de proyecto de la firma consultora o institución seleccionada estará a cargo de asegurar que se incorporen los comentarios recibidos por parte del BID. Los reportes presentados deben satisfacer estándares de calidad del BID.

9. Requisitos de la Empresa Consultora y Equipo Clave

- 9.1.** La firma o institución seleccionada debe tener experiencia y conocimientos específicos, que serán los criterios principales para su selección. Se espera que la firma contratada cuente con información y herramientas propietarias que permitan analizar a detalle el mercado de café en MENA (a nivel país) y evaluar el potencial de distintos nichos de mercado utilizando datos sobre consumo y crecimiento esperado.
- 9.2.** Se prevé que el equipo estaría formado por personas con fuertes competencias en las áreas siguientes, aunque esto no pretende restringir la composición del equipo a los roles exactos que se describen a continuación:
 - i. Profesional con más de 10 años de experiencia en cadenas de agroalimentos, con conocimiento de comercio internacional.
 - ii. Profesional con más de 10 años de experiencia en la cadena del café.
 - iii. Profesionales con profundo conocimiento y experiencia con el sector privado en MENA y con conocimiento de los países de ALC (en particular, de países productores de café).
 - iv. Idiomas: fluidez en español e inglés.
 - v. Otras competencias básicas y técnicas que se valorarán son: (i) Experiencia en asesorar a gobiernos o instituciones en promoción de inversiones y atracción de inversiones, (ii) Experiencia trabajando con múltiples organizaciones gubernamentales y partes interesadas del sector privado y públicos, involucradas en el desarrollo productivos, (iii) Habilidades de comunicación altamente desarrolladas, incluida la preparación de informes de alta calidad y la entrega de presentaciones, (iv) Capacidad para trabajar bajo presión y cumplir con plazos ajustados sin comprometer la calidad de los productos, (v)

Capacidad para mantener la confidencialidad y usar la discreción al tratar con información sensible, (vi) Conciencia cultural y sensibilidad a los problemas específicos de América Latina y el Caribe y de la región de MENA.

10. Supervisión e Informes

10.1. La supervisión del proyecto y la recepción de los productos, avances, Informes y facturas, contemplados en estos términos de referencia estarán a cargo de Levi Zegarra, Jefe de Equipo del Programa PTI/TIN (leviz@iadb.org)

10.2.

11. Calendario de Pagos

11.1. Las condiciones de pago se basarán en los hitos o entregables del proyecto. El Banco no espera hacer pagos por adelantado en virtud de contratos de consultoría a menos que se requiera una cantidad significativa de viajes. El Banco desea recibir la propuesta de costos más competitiva para los servicios descritos en el presente documento.

11.2. La Tasa de Cambios Oficial del BID indicada en el SDP se aplicará para las conversiones necesarias de los pagos en moneda local.

| Plan de Pagos | |
|---------------------------|-------------|
| <i>Entregables</i> | % |
| 1. Entregable 1 | 10% |
| 2. Entregable 2 | 15% |
| 3. Entregable 3 | 30% |
| 4. Entregable 4 | 15% |
| 5. Entregable 5 | 30% |
| TOTAL | 100% |