

World Vision Bolivia
Gerencia Senior de Sostenibilidad

TÉRMINOS DE REFERENCIA

**ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DEL MERCADO DE
DONANTES INDIVIDUALES ACTUALES Y
POTENCIALES**

Agosto, 2017

Antecedentes

World Vision es una Organización Cristiana de ayuda humanitaria, desarrollo y promoción de la justicia, dedicada a trabajar con niños, niñas, familias y comunidades para reducir la pobreza e injusticia. World Vision sirve a todas las personas, sin distinción de raza, religión, grupo étnico o género. Está presente y trabaja en Bolivia desde hace 34 años en siete departamentos del país: La Paz, Oruro, Potosí, Cochabamba, Tarija, Santa Cruz y Chuquisaca.

En el marco de nuestra estrategia nacional, buscamos contribuir al bienestar sostenido y protección de la niñez en asocio y colaboración con otros actores tanto institucionales como actores de la sociedad civil, así mismo, buscamos incrementar el co-financiamiento de programas y proyectos de desarrollo sostenible.

En este marco, el estudio de mercado que se busca, se enmarca en los objetivos estratégicos institucionales y permitirá la toma de decisiones y acciones estratégicas para la institución.

Objetivo general del estudio

Elaborar un Estudio del Mercado de Donantes Individuales sobre la oferta y demanda de la captación y gestión de recursos de donantes individuales (actuales y potenciales) orientados a contribuir a la implementación de programas y proyectos de desarrollo social en el marco del bienestar sostenido de la niñez y sus aspiraciones¹.

Objetivos Específicos

- **Identificar la Oferta Institucional (entorno de la competencia)** en el marco de organizaciones de desarrollo social que están directamente vinculadas a la captación y gestión de recursos de donantes individuales (estrategias centrales de captación y fidelización de donantes, tendencias, y áreas o líneas de desarrollo social para la contribución/captación).
- **Identificar la Demanda para la captación y gestión de recursos de donantes** a partir de las expectativas y percepciones del público meta definido para el Estudio (padres, madres, medianos y pequeños empresarios, comerciantes, millennials).
- **Identificar áreas o líneas de contribución preferencial (actual o potencial) en desarrollo social por donantes individuales para la captación y gestión de recursos;** así como la vinculación existente con las áreas o líneas de intervención en desarrollo institucionales.
- **Identificar características relevantes de los actuales o potenciales donantes individuales** (Perfil socio económico, conductas, involucramiento en causas sociales, fidelización, resultados esperados, u otras características relevantes) claves para entender la demanda y facilitar la toma de decisiones institucionales

¹ **Donante individual:** Persona natural, que realiza una contribución única o recurrente en recursos (dinero), tiempo o especie, a distintas causas sociales, según su motivación, compromiso y posibilidades. Revisar otros anexos para más información.

- **Recomendar estrategias y/o acciones específicas para Visión Mundial Bolivia** así como la demanda preferente en áreas o sectores de desarrollo en el marco de los hallazgos y conclusiones del estudio de mercado.

I. BASES DE LA LICITACIÓN

I.1 Convocatoria Pública

VISION MUNDIAL BOLIVIA, en cumplimiento a sus normas vigentes efectúa la presente convocatoria para que las empresas interesadas o unipersonales presenten sus ofertas conforme a lo especificado en este documento.

Los proponentes deberán examinar todos los formatos, condiciones, términos y especificaciones que figuran o se citan en los TDR correspondientes. Si los proponentes omiten la presentación de toda o parte de la información requerida o presentan ofertas que no se ajusten en todos sus aspectos al presente documento, serán eliminados del presente concurso. Sugerencias, mejoras y/o modificaciones, deben ser presentadas como alternativas adicionales y serán valoradas.

I.2 Naturaleza confidencial de las propuestas

A excepción de aquellas permitidas por las leyes de Bolivia, VISION MUNDIAL BOLIVIA no divulgará ninguna información con respecto a las propuestas, tabulación, clasificación y evaluación de las ofertas; por consiguiente VISION MUNDIAL BOLIVIA realizará la calificación de acuerdo a sus normas internas y legales vigentes.

I.2.1 Confidencialidad

Se solicita que la información o datos contenidos en todas las hojas de este documento, incluyendo las especificaciones técnicas y sus anexos, que corresponden a VISION MUNDIAL BOLIVIA, sean utilizados con propiedad y sólo para propósitos de referencia en la presentación de ofertas.

Si este documento y/o cualquier información emergente se utiliza de manera contraria a lo establecido en su contenido, VISION MUNDIAL BOLIVIA se reserva el derecho de seguir las acciones legales civiles o penales que correspondan, sin perjuicio de que se obligue al proponente u oferente al pago por daños y perjuicios ocasionados, los que serán calificados en función de la gravedad ocasionada por la falta de confidencialidad e independientemente dar de baja de su árbol de proveedores a la Razón Social de empresa o empresas que infringieron la confidencialidad.

I.2.2 Medida Anticorrupción

Visión Mundial Bolivia tiene 0 tolerancia a la corrupción. No se podrá hacer ninguna oferta, pago, consideración o beneficio de cualquier clase, que constituya una práctica ilegal o de corrupción, ya sea directa o indirectamente como un aliciente o recompensa por el otorgamiento de ésta prestación. Ese tipo de prácticas será fundamento para no considerar al oferente en la adjudicación del contrato y podrán aplicarse otras acciones civiles y/o penales.

I.3 Validez de la Oferta

Todas las ofertas deberán expresar claramente el período de validez de la propuesta, el mismo que no podrá ser menor a noventa (90) días calendario, a partir de la fecha de presentación de las mismas.

I.4 Consultas de los posibles proponentes

Las empresas proponentes que deseen efectuar consultas funcionales y/o técnicas, deben hacer llegar sus consultas al email andrea.cabrera@wvi.org con copia a adquisiciones@visionmundial.org.bo, hasta 48 horas antes de la presentación de propuestas, las cuales serán respondidas como máximo hasta 24 horas antes de la fecha de presentación de las propuestas.

I.5 Presentación y recepción de propuestas

Las propuestas deberán presentarse **en formato impreso y en CD electrónico**, en sobre cerrado, sólo en las oficinas de VISION MUNDIAL BOLIVIA en la ciudad de La Paz (Av. Hernando Siles Nro. 6023 esq. Calle 15 de Obrajes), hasta el día:

22 de agosto de 2017 hasta las 17:00

No serán aceptadas ni consideradas las propuestas recibidas en oficinas postales o cualquier otro lugar, aunque fueran dependencias de VISION MUNDIAL BOLIVIA diferente al domicilio señalado en el párrafo precedente y tampoco serán consideradas las ofertas entregadas pasados el día y hora límite señalado por VISION MUNDIAL BOLIVIA.

Será responsabilidad de la empresa proponente la presentación de las propuestas en el lugar, fecha y hora señaladas en el presente Documento.

Las ofertas de los proponentes deberán estructurarse de acuerdo a las siguientes instrucciones:

**SOBRE “A” – DOCUMENTOS ADMINISTRATIVOS
SOBRE “B” – PROPUESTA TÉCNICA
SOBRE “C” – PROPUESTA ECONÓMICA**

Cada parte será presentada en un sobre o paquete cerrado, de manera separada, los cuales serán presentados con la siguiente inscripción:

**VISION MUNDIAL BOLIVIA
LICITACIÓN PÚBLICA N° 005/2017
ELABORACIÓN DE UN ESTUDIO DEL MERCADO DE DONANTES
INDIVIDUALES ACTUALES Y POTENCIALES
SOBRE XX
RAZÓN SOCIAL DEL OFERENTE – TELEFONO FAX – Email**

1.5.1 Contenido Sobre “A”

El sobre “A” tendrá la inscripción **DOCUMENTOS ADMINISTRATIVOS** y deberá contener la documentación de registro legal y vigente de acuerdo a requerimiento de VISION MUNDIAL BOLIVIA:

1. Carta de Presentación firmada por el Representante Legal del proponente u oferente (Formulario 1).
2. Formulario de Identificación del Proponente (Formulario N° 2)
3. Fotocopia simple del Testimonio de Constitución debidamente inscrito (empresas unipersonales no requieren presentar esta documentación).
4. Fotocopia simple del Poder del Representante Legal debidamente inscrito en FUNDEMPRESA y que contenga facultades otorgadas al apoderado para participar en procesos de licitación, presentar propuestas y en su caso suscribir contratos para la provisión. (Este requisito no aplica a empresas unipersonales).
5. Fotocopia simple de la Matrícula de Comercio ante FUNDEMPRESA debidamente actualizada y vigente a su presentación (Matrícula de Registro de Empresa en Bolivia, si se trata de empresa constituida como Sociedad en cualquiera de las modalidades).
6. Fotocopia simple del Número de Identificación Tributaria (N.I.T.) vigente.
7. Fotocopia simple de la Cédula de Identidad del Representante Legal vigente a la fecha de presentación de la propuesta.

Los requisitos arriba establecidos, son de cumplimiento obligatorio.

Además el proponente deberá acreditar su experiencia mediante la presentación de los siguientes documentos en copia simple:

- Curriculum de la empresa consultora y/o unipersonal
- Fotocopias de contratos que demuestren la experiencia específica requerida
- Curriculum vitae del personal clave con fotocopias de contratos o certificados que demuestren lo más relevante de su experiencia acreditada afín a los propósitos del Estudio de Mercado

1.5.2 Contenido Sobre “B”

El Sobre “B” tendrá la inscripción **PARTE TÉCNICA** y contendrá la propuesta técnica del oferente, detallando estrictamente lo requerido en las Especificaciones Técnicas. No deberá contener precios totales, parciales o referenciales de ningún tipo.

1.5.3 Contenido sobre “C”

El sobre "C" tendrá la inscripción **OFERTA ECONÓMICA** y deberá contener la propuesta económica de acuerdo a lo solicitado por VISION MUNDIAL BOLIVIA e indicar los montos en numeral y literal.

La moneda de la propuesta presentada será el **boliviano y deberá incluir los impuestos de ley**. La propuesta económica debe considerar:

- Presupuesto global y detallado. En este último caso, en caso de discrepancia entre un precio unitario y el total se tomará el precio menor como el correcto.
- La propuesta económica debe considerar precios facturados.
- La consultora presentará su presupuesto total por el producto final de consultoría definido: estudio de mercado. La consultora debe presupuestar todos los gastos requeridos para efectivizar su trabajo: (gastos de transporte, alimentación, gastos de materiales de escritorio e impresión de técnicas, honorarios profesionales, impuestos, AFPs y otros necesarios). Para este presupuesto debe tomar en cuenta el alcance del Estudio, la cantidad de técnicas a aplicarse, y otros necesarios. VISION MUNDIAL BOLIVIA podrá solicitar una mayor desagregación de los precios, cuando lo considere necesario y el oferente está obligado a suministrar oportunamente toda la información que sea requerida.

1.6 Rechazo de ofertas

Sin limitar la generalidad de este derecho, se deja constancia expresa de que las propuestas serán rechazadas por cualquiera de los siguientes aspectos:

- a) Ofertas que sean presentadas fuera de la fecha y hora establecidas en el presente documento.
- b) Ofertas que no cumplan con cualquiera de las especificaciones descritas en el presente documento.
- c) Cualquier intento de uso de influencias que constituye una práctica ilegal o de corrupción, o que contravenga el espíritu del presente documento.
- d) Cuando a juicio de VISION MUNDIAL BOLIVIA, los precios ofertados no guarden relación con la normativa interna de WVVB.

1.7 Adjudicación

VISION MUNDIAL BOLIVIA mediante el responsable del proceso de contratación podrá solicitar una mejora al oferente u oferentes mejor calificados, aspecto que será expresado en forma escrita.

Una vez concluida la evaluación legal, técnica y económica la comisión procederá a la elaboración del informe final y recomendará la adjudicación del bien/servicio a la empresa que hubiese obtenido el mayor puntaje en la calificación final.

1.8 Suscripción del contrato

Una vez realizada la adjudicación, se emitirá el contrato a favor de la empresa adjudicada en un plazo no mayor a los diez (10) días hábiles computables a partir del momento en que se comunique por escrito la adjudicación y se reciba en la Gerencia de Compras y Administración la aceptación escrita de dicha adjudicación por parte del proveedor dentro del siguiente día hábil posterior a la comunicación.

La empresa contratada **deberá presentar una boleta de garantía de cumplimiento de contrato** sobre el 10% del monto total de la consultoría previa a la firma del Contrato.

1.9 Condiciones comerciales

1.9.1 Forma de pago

La forma de pago se realizará de la siguiente forma, luego de emitida la aceptación por parte de Visión Mundial Bolivia:

- a) 1er. Pago correspondiente al 10% del total y a contra entrega y aprobación del primer producto (Cronograma de trabajo y plan metodológico consensuado).
- b) 2do. Pago correspondiente al 30% del total y a contra entrega y aprobación del segundo producto: informe borrador más un informe del proceso de recolección de datos.
- c) 3er. Pago correspondiente al 60% del total y a contra entrega y aprobación del tercer producto (Informe Final del Estudio de Mercado) + base de datos final

La empresa deberá presentar factura al momento de recibir el pago correspondiente.

1.9.2 PLAZO DE EJECUCION DE LA PROPUESTA

El plazo máximo para la ejecución de la propuesta es de 75 días calendario a partir de la firma del contrato. La Empresa adjudicada podrá solicitar una prórroga de hasta 15 días, con 10 días de anticipación al cierre del plazo con la debida justificación para su consideración y aprobación -si se considera pertinente- por parte de VMB

La coordinación de la puesta en marcha del servicio será con la Oficina Nacional de Visión Mundial Bolivia, en la ciudad de La Paz, a través de la Gerente Senior de Sostenibilidad a.i., Claudia Roca y la Especialista de Redes Sociales y Donaciones Individuales, Andrea Cabrera.

2. EVALUACIÓN Y CALIFICACIÓN DE LAS OFERTAS

La evaluación y calificación de las ofertas estará a cargo de la Comisión Calificadora conformada por colaboradores de VISION MUNDIAL BOLIVIA, la cual será nominada con anterioridad a la apertura de sobres.

a. DOCUMENTOS ADMINISTRATIVOS

La calificación de los Documentos Administrativos considerará el cumplimiento o no en la presentación de documentos solicitados, el NO cumplimiento determinará la inhabilitación de los proponentes, tendrá un valor de 5% (cinco por ciento) en la calificación final.

b. PROPUESTA TÉCNICA, SOBRE “B”

La calificación de la PROPUESTA Técnica de la oferta, considerará todos los requisitos funcionales y técnicos establecidos en el presente documento, que ponderados tendrá un valor de 70% (setenta por ciento) en la calificación final.

c. PROPUESTA ECONÓMICA

La calificación de la Oferta Económica considerará todos los requerimientos económicos solicitados por VISION MUNDIAL BOLIVIA y que ponderado tendrá un valor de 25% (veinticinco por ciento) en la calificación final.

Para obtener la calificación de precios, la puntuación de cada oferta (i) será obtenida mediante la siguiente fórmula:

$$P_{\text{mejor}} / P_i$$

Dónde:

P_{mejor} = Precio más bajo de todas las ofertas que hubiesen aprobado la calificación del sobre “B”

P_i = Es el precio de la oferta i.

Al resultado obtenido para cada oferta **i** se le aplicará la ponderación correspondiente al precio (20%), obteniéndose de esta manera el puntaje final obtenido por la oferta económica **i**.

d. CALIFICACIÓN FINAL

La valoración de cada uno de los requisitos citados en el párrafo precedente será responsabilidad de la Comisión de Calificación de VISION MUNDIAL BOLIVIA, para tal efecto, se considerará la siguiente distribución:

Documentos Administrativos	5	Puntos
Propuesta Técnica	70	Puntos
<u>Propuesta Económica</u>	<u>25</u>	<u>Puntos</u>
Total	100	Puntos

e. PENALIDADES

El oferente adjudicado se responsabilizará por los daños económicos ocasionados a VISION MUNDIAL BOLIVIA, por incumplimiento a los plazos de entrega establecidos, debidamente constatados entre partes.

Si existiesen demoras o incumplimiento en los plazos de entrega, el **PROVEEDOR** cancelará a **VISION MUNDIAL BOLIVIA** una penalidad por cada día de retraso equivalente a 0,5% (Cero punto Cinco por ciento) del monto total **Adjudicado** hasta un 10% (Diez por ciento) del valor del mismo, salvo casos de fuerza mayor o fortuitos debidamente comprobados y notificados por escrito y aceptados por **VISION MUNDIAL BOLIVIA**. La falta de notificación, anulará el derecho del **PROVEEDOR** y **VISION MUNDIAL BOLIVIA** descontará la multa del último pago a ser realizado.

3. ESPECIFICACIONES TÉCNICAS

A través de la elaboración e implementación del estudio de mercado, Visión Mundial Bolivia requiere contar con la siguiente información, que será clave para los procesos futuros de levantamiento de fondos y la gestión de donantes individuales.

3.1. Delimitación

La implementación de la consultoría, que se desarrolla en los puntos siguientes, se realizará con la siguiente delimitación:

- **Espacial:** El levantamiento de información se realizará en las ciudades de La Paz, El Alto, Cochabamba y Santa Cruz.
- **Temporal:** De acuerdo al cronograma sugerido, se espera que el estudio de mercado se realice en el transcurso de 75 días calendario.
- **Poblacional:** El análisis debe incluir a personas individuales de las tres ciudades seleccionadas.
 - Padres y madres de familia
 - Medianos y pequeños empresarios
 - Jóvenes millennials
 - Comerciantes
 - Representantes o responsables de áreas de mercadeo o levantamiento de fondos de las Organizaciones a incluir en el estudio.

3.2. Objetivos

Elaborar un Estudio del Mercado de Donantes Individuales sobre la oferta y demanda de la captación y gestión de recursos de donantes individuales (actuales y potenciales) orientados a contribuir a la implementación de programas y proyectos de desarrollo social en el marco del bienestar sostenido de la niñez y sus aspiraciones

Objetivos Específicos	Descripción
1. Identificar la Oferta Institucional (entorno de la competencia) en el marco de organizaciones de desarrollo social que están directamente vinculadas a la captación y gestión de recursos de donantes individuales (estrategias centrales de captación y fidelización de donantes, tendencias, y áreas o líneas de desarrollo social para la contribución/captación).	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Realizar un mapeo e identificación de la oferta de organizaciones de desarrollo a nivel nacional (en las ciudades definidas) que implementan acciones de recaudación de fondos individuales, identificando estrategias centrales de captación y fidelización de donantes, tendencias, y áreas o líneas de desarrollo social para la contribución/captación además de los socios que se suman a sus causas. Incluir al menos 5 casos relevantes. ▪ Identificar el factor de fidelización de actuales donantes que contribuyen a programas o proyectos que ya están en circulación en el mercado, conociendo cuál es su percepción y experiencia.
2. Identificar la Demanda para la captación y gestión de recursos de donantes a partir de las expectativas y percepciones del público meta definido para el Estudio (padres,	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar las tendencias más relevantes con relación a la demanda para la captación y gestión de recursos de donantes: percepciones, expectativas, oportunidades, tendencias.

<p>madres, medianos y pequeños empresarios, comerciantes, millennials).</p>	
<p>3. Identificar áreas o líneas de contribución preferencial (actual o potencial) en desarrollo social por donantes individuales para la captación y gestión de recursos; así como la vinculación existente con las áreas o líneas de intervención en desarrollo institucionales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Identificar las áreas o líneas de contribución preferencial (actual o potencial) en desarrollo social a los cuales se inclinan o estarían motivados de apoyar los donantes actuales o potenciales para contribuir al bienestar de la niñez en la implementación de programas o proyectos de desarrollo. ¿Cómo se involucrarían de manera individual en causas sociales? ¿Qué tipo de recursos estarían dispuestos a ofrecer? ▪ En este punto además, se requiere identificar entre el público meta si la posibilidad de constituirse en un donante individual a través del apadrinamiento de niños y niñas es una actividad de contribución social importante. ▪ Analizar la vinculación existente con las áreas o líneas de intervención en desarrollo institucionales.
<p>4. Identificar características relevantes de los actuales o potenciales donantes individuales (Perfil socio económico, conductas, involucramiento en causas sociales, fidelización, resultados esperados, u otras características relevantes) claves para entender la demanda y facilitar la toma de decisiones institucionales</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Conocer la cultura de donación de los individuos como donantes o potenciales donantes tanto de tiempo como de recursos, en cuanto a su capacidad de donación, recurrencia, métodos de donación más aceptados, rendición de cuentas, qué los motiva a ser donantes recurrentes y que ha significado que dejen de hacerlo, etc. ▪ Identificar características relevantes de los actuales o potenciales donantes individuales ▪ Medir el involucramiento de las personas a causas sociales, identificando las causas más populares entre la población, temáticas recurrentes y los hábitos de involucramiento: Cómo se involucran, por qué se adhieren a estas causas, con qué frecuencia, cuál es su nivel de compromiso, cómo se puede motivar en la población el interés de apoyar estas causas, qué información les gustaría recibir en cuanto al uso de sus recursos, entre otros. ▪ Identificar cuál es la credibilidad que tiene la marca en el mercado, entre este grupo de actuales y potenciales donantes, por las acciones que realiza de contribución al bienestar de la niñez, aplicando distintas herramientas que permitan una medición tanto persona a persona como en medios digitales.
<p>5. Recomendar estrategias y/o acciones específicas para Visión Mundial Bolivia así como la demanda preferente en áreas o sectores de desarrollo en el marco de los hallazgos y conclusiones del estudio de mercado.</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Con base a los resultados y hallazgos del Estudio (análisis de oferta y demanda), definir estrategias y/o acciones específicas para Visión Mundial Bolivia orientadas a la captación y gestión de recursos de donantes individuales que le permitan a futuro definir planes orientados al Mercado de Donantes Individuales. ▪ Definir estrategias para aprovechar oportunidades de las áreas o sectores preferentes definidos en el análisis de demanda.

- Definir y/o recomendar dos productos orientados a la donación individual de recursos, en base a la información levantada y las estrategias recomendadas.

3.3. Supervisión: El estudio será realizado con la supervisión de la Gerencia Senior de Sostenibilidad de World Vision Bolivia, a través de Claudia Roca, y Andrea Cabrera, especialista en Redes Sociales y Donaciones Individuales.

3.4. Metodología Mínimas Requeridas para Técnicas Cualitativa y Cuantitativas

Para el cumplimiento de los objetivos planteados, se recomienda la adopción de una metodología que combine herramientas cuantitativas y cualitativas y análisis triangulado de la información. El plan metodológico que presente la empresa en la propuesta debe contemplar y explicitar en detalle las técnicas a ser utilizadas y su características más relevantes. También se aclara que WVB deberá aprobar el diseño y elaboración de las herramientas cuantitativas y cualitativas de levantamiento de información.

OBJETIVOS	TECNICAS	GRUPO OBJETIVO	ESTANDARES MINIMOS
Identificar la Oferta Institucional (entorno de la competencia) en el marco de organizaciones de desarrollo social que está directamente vinculadas a la captación y gestión de recursos de donantes individuales (estrategias centrales de captación y fidelización de donantes, tendencias, y áreas o líneas de desarrollo social para la contribución/captación).	Entrevistas (Carácter obligatorio) Encuestas (complementario) Información secundaria	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Representantes o responsables de áreas de mercadeo o levantamiento de fondos de las Organizaciones a incluir en el estudio. 	Entrevistas a al menos el 75% de responsables de áreas de mercadeo o levantamiento de fondos de organizaciones que cuentan con productos para la donación de recursos por parte de individuos. Encuestas al 30% del personal del área de mercadeo y levantamiento de fondos.
Identificar la Demanda para la captación y gestión de recursos de donantes a partir de las expectativas y percepciones del público meta definido para el Estudio (padres, madres, medianos y pequeños empresarios, comerciantes, millennials).	Encuestas (Carácter obligatorio) Entrevistas Información secundaria	<ul style="list-style-type: none"> - Padres, madres de familia y/o responsables de hogar - Medianos y pequeños empresarios. - Jóvenes millennials - Comerciantes 	Se espera una muestra de al menos 20% (por cada grupo) con un nivel de confianza mínimo del 95% para los grupos: 1) padres, madres de familia y/o responsables de hogar, y 2). jóvenes millennials. Las muestras deben contemplar segmentación poblacional por macrodistritos / niveles socio – económicos de la población y otros que
Identificar áreas o líneas de contribución preferencial (actual o potencial) en desarrollo social por donantes individuales para la captación y gestión de			

<p>recursos; así como la vinculación existente con las áreas o líneas de intervención en desarrollo institucionales</p>		<p>se considere importantes.</p>
<p>Identificar características relevantes de los actuales o potenciales donantes individuales (Perfil socio económico, conductas, involucramiento en causas sociales, fidelización, resultados esperados, u otras características relevantes) claves para entender la demanda y facilitar la toma de decisiones institucionales</p>		<p>Se espera una muestra de al menos 10% por cada grupo con un nivel de confianza mínimo del 95% para los grupos: 1) medianos y pequeños empresarios, y 2) comerciantes</p> <p>Entrevistas complementarias (al menos 20 en total) a todos los grupos serán valoradas (Incluir algunos donantes activos).</p>
<p>Recomendar estrategias y/o acciones específicas para Visión Mundial Bolivia así como la demanda preferente en áreas o sectores de desarrollo en el marco de los hallazgos y conclusiones del estudio de mercado.</p>	<p>Análisis e interpretación de datos triangulados de todo el estudio. Información secundaria</p>	<p>Sobre la base de todos los públicos meta No aplica</p>

3.5. Productos a entregar:

Los **productos** a entregar como resultado de la consultoría son los siguientes y se adecuarán a los tiempos definidos en el plan de trabajo y metodológico propuesto por el proponente y aprobado por Visión Mundial Bolivia.

- **1er. Producto:** Cronograma de trabajo y plan metodológico consensuado
 - **2do. Producto:** Informe borrador más un informe del proceso de recolección de datos.
 - **3er. Producto:** Informe Final del Estudio de Mercado, además de la base de datos final
- Se espera que el informe Final venga acompañado de las siguientes características:
- Un **informe final del servicio**, incluyendo medios verificables (1 ejemplar impreso y otro digital). Incluir los respaldos correspondientes (entrevistas grabadas u otros insumos utilizados en el estudio). El informe debe incluir información detallada sobre el proceso realizado, la metodología aplicada, las personas consultadas y un análisis narrativo de los principales resultados, acompañados de recursos visuales que faciliten la comprensión.
 - Un **resumen ejecutivo** del informe con los principales hallazgos, conclusiones y recomendaciones de la empresa consultora/consultor en base a los hallazgos.

- Una **presentación en PowerPoint** con los resultados más importantes, que serán socializados por la empresa consultora al equipo directivo en dos ocasiones.
- Un documento en formato brief, con las estrategias y acciones recomendadas en base a los hallazgos y conclusiones de la investigación, acompañado de una presentación en power point, entregado en físico y digital.

3.6. Perfil profesional o institucional: Las empresas postulantes, deben contar con experiencia en este tipo de estudios e incluir en su propuesta las referencias más importantes en este sentido. Se considerará la experiencia previa con organismos internacionales, ONG u otras instituciones sin fines de lucro.

Equipo profesional mínimo requerido
<p>Responsable del Estudio de Mercado con experiencia mínima de 3 años en la elaboración de estudios de mercado</p> <p>Experiencia demostrada en el diseño y la realización de estudios de mercado en diferentes rubros y/o en sector de desarrollo y en análisis socio-económicos. Fuertes habilidades cuantitativas y cualitativas para la recolección y el análisis de la información. Experiencia previa en el manejo de múltiples equipos de recolección de datos. Excelentes destrezas de redacción y análisis, incluyendo la formulación de estrategias, conclusiones y recomendaciones.</p> <p>Experiencia en el uso de base de datos informática.</p>
<p>Líder de análisis de datos cuantitativos con experiencia demostrable en análisis y manejo de datos cuantitativos</p>
<p>Líder de análisis de datos cualitativos con experiencia demostrable en análisis y manejo de datos cualitativos</p>
<p>Líder experto en marketing con al menos dos años de experiencia en la elaboración de estudios de mercado y análisis de estrategias de mercadeo (puede ser el responsable del estudio de mercado).</p>

3.7. Criterios de Calificación de la Propuesta Técnica:

DESCRIPCIÓN	PUNTUACION
1) Experiencia general y específica tanto de la empresa como de los consultores propuestos.	
a) General: Se refiere a la experiencia general en estudios de mercadeo en diferentes rubros o temáticas de al menos 3 años.	10
b) Específica: Se refiere a la experiencia específica en estudios de mercado sobre temas relacionados con productos o servicios sociales y/o semejantes al propuesto (de preferencia con organizaciones de desarrollo social)	5
2) Metodología propuesta: Que refleje una comprensión de los términos de referencia (pero no una copia de los mismos). <u>Metodología planteada para:</u>	

a) Plan metodológico. Muestra para estudios cuantitativos y cualitativos, metodologías de recolección, procesamiento y análisis de la información	20
b) Valor agregado de la propuesta: Aspectos que añaden un valor significativo a la propuesta que la entidad consultora propone y que no están detallados en el presente documento.	15
c) Tiempo de duración del estudio y entrega de productos (coherencia entre el cronograma sugerido para levantamiento de la información y la entrega de productos)	10
3) Evaluación del perfil del equipo profesional de la empresa consultora.	10
TOTAL SOBRE 70%	70

Más información:

Para más información durante el proceso de elaboración de las propuestas, pueden ponerse en contacto a través de los siguientes correos: andrea_cabrera@wvi.org con copia a adquisiciones@visionmundial.org.bo.