

PROCESO DE SELECCIÓN PARA CONSULTORÍA

CONSULTORÍA PARA LA PROSPECCIÓN DE CLIENTES Y ESTUDIO DE MERCADO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE SAL.

PROYECTO: “FUTURO DE LA ALIMENTACIÓN” CONSTRUIR SISTEMAS ALIMENTARIOS SALUDABLES, JUSTOS Y SOSTENIBLES.

A. NECESIDAD DE LA CONSULTORÍA

El proyecto "El Futuro de la Alimentación" (FOF, por sus siglas en inglés) tiene como objetivo contribuir a la construcción de sistemas alimentarios saludables, justos y sostenibles. Para ello promueve que las familias campesinas mejoren sus ingresos mediante el fortalecimiento de la producción agroecológica, los negocios rurales y su vinculación con mercados diversos.

La Asociación de Producción Artesanal de Sal Gilces (ASOPROSAL), ubicada en la comuna Las Gilces, parroquia Crucita, cantón Portoviejo, provincia de Manabí, forma parte de las organizaciones acompañadas por el proyecto Futuro de la Alimentación. Su actividad productiva comprende la sal, la sal de segunda y la flor de sal. Para fortalecer su capacidad comercial, requiere información verificable sobre posibles compradores, sectores con demanda y condiciones de negociación para cada producto.

ASOPROSAL requiere ampliar su cartera mediante compradores nuevos y relaciones comerciales viables. La prospección partirá de su capacidad de producción, calidad, presentaciones y condiciones de entrega, y deberá traducirse en incorporaciones verificables a la cartera de ventas. La cartera actual se utilizará únicamente como referencia interna y confidencial para excluir duplicidades.

El servicio se concentrará en la zona Santo Domingo-Pedernales y la zona de Sierra central conformada por Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo. Deberá integrar al menos cuatro clientes nuevos: dos en la primera zona y dos en el conjunto de las tres provincias de la Sierra central. La organización decidirá las localidades, rutas y segmentos de interés dentro de estas zonas.

B. OBJETIVO GENERAL DE LA CONSULTORÍA

Realizar una prospección de clientes y exploración de mercado para identificar, validar e integrar compradores nuevos para sal, sal de segunda y flor de sal de ASOPROSAL, generando información comercial verificable para ampliar su cartera de ventas y fortalecer la sostenibilidad económica de la organización.

C. PRESUPUESTO PARA LA CONSULTORÍA

La consultoría tendrá un presupuesto total de USD 5.000,00 (cinco mil dólares de los Estados Unidos de América), incluido el IVA y los demás impuestos aplicables. Este valor comprende todos los costos de ejecución y corresponde a la categoría servicio técnicos actividad C01.02.05.

El presupuesto incluirá honorarios, movilización, alojamiento, alimentación, logística, comunicaciones, materiales, muestras cuando correspondan, reuniones, levantamiento de información y todos los recursos necesarios para la prospección, negociación, integración de clientes y entrega de productos.

La persona contratada deberá organizar las actividades dentro del presupuesto aprobado. No se reconocerán valores adicionales por ningún concepto. En los pagos se aplicarán las retenciones que correspondan.

D. SOLICITUD DE PROPUESTAS Y PROCESO

Se requiere un/a profesional con formación en Marketing, Gestión Comercial, Administración de Empresas, Economía, Negocios o áreas afines, con experiencia comprobada en exploración de mercados, prospección de compradores, negociación y cierre comercial. Se valorará la experiencia con productos agroalimentarios, sal, insumos productivos o negocios rurales.

- La convocatoria será publicada en los medios digitales de la Fundación y mediante invitaciones directas.
- Se receptorán propuestas técnicas y económicas, hojas de vida y documentos de respaldo; las ofertas serán analizadas por un comité de evaluación.
- Cada propuesta será verificada y calificada; se contactará a la oferta que cumpla los requisitos, alcance el puntaje mínimo y obtenga la mayor puntuación.

E. CARTA DE INVITACIÓN PARA LOS/LAS CONSULTORES/RAS

CONSULTORÍA PARA LA PROSPECCIÓN DE CLIENTES Y ESTUDIO DE MERCADO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE SAL.

Quito, 29 de octubre de 2026

Señores/ras.

De nuestras consideraciones:

Fundación Heifer Ecuador invita a participar en el proceso de aplicación para la consultoría de prospección e integración de clientes nuevos a la cartera de ventas de sal, sal de segunda y flor de sal de ASOPROSAL, en el marco del proyecto Futuro de la Alimentación.

Proyecto: **“FUTURO DE LA ALIMENTACIÓN” CONSTRUIR SISTEMAS ALIMENTARIOS SALUDABLES, JUSTOS Y SOSTENIBLES.**

El proceso se realizará de conformidad con las políticas para la selección y contratación de consultores de Fundación Heifer Ecuador.

Para aplicar al proceso es necesario que las personas interesadas:

1. Preparen una propuesta técnica sobre la ejecución de la consultoría, de acuerdo con los parámetros establecidos en los Términos de Referencia, Anexo A.
2. Envíen su carta de interés, propuesta técnica, propuesta económica, hoja de vida y documentos de respaldo al correo electrónico compras-ec@heifer.org hasta el 29 de octubre de 2026. Las propuestas que no cumplan los términos indicados serán descalificadas. El asunto del correo electrónico será: **CONSULTORÍA PARA LA PROSPECCIÓN DE CLIENTES Y ESTUDIO DE MERCADO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE SAL.**

Al cierre de la convocatoria, un comité conformado por Fundación Heifer Ecuador iniciará la apertura y evaluación de las propuestas técnicas y económicas. La persona seleccionada será notificada por correo electrónico y convocada a una reunión de inicio. Las consultas podrán dirigirse a adriana.constante@heifer.org

ANEXO A.

TÉRMINOS DE REFERENCIA PARA LA CONSULTORÍA PARA LA PROSPECCIÓN DE CLIENTES Y ESTUDIO DE MERCADO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE SAL.

1. ANTECEDENTES

La Fundación Heifer Ecuador es una Organización No Gubernamental, vinculada a Heifer International, reconocida legalmente en Ecuador, desde el 8 de julio de 1993, según Acuerdo Ministerial #0250 otorgado por el Ministerio de Agricultura y Ganadería.

Comparte la misión, visión y fundamentos con Heifer Internacional. La misión se encamina a trabajar con las comunidades para poner fin al hambre y la pobreza y cuidar la Tierra. La visión es un mundo de comunidades que viven juntas en paz y comparten equitativamente los recursos de un planeta saludable.

Los fundamentos institucionales son 12, sin embargo, el Compartir de Recursos es el principal y a su vez es un mecanismo de sostenibilidad de los procesos desarrollados con las organizaciones. La metodología patentada del Compartir de Recursos (“Passing on the Gift” o POG en inglés) de Heifer incorpora un modelo de desarrollo comunitario para facilitar el intercambio de conocimientos, formación y activos físicos y financieros entre los participantes de los proyectos y los miembros de su comunidad con el fin de multiplicar los recursos entregados. Las familias miembros de las organizaciones se comprometen con su comunidad a entregar lo mismo que recibieron a otra familia, una vez que se haya recuperado la inversión.

El enfoque de Desarrollo Sostenible Liderado Localmente pone las decisiones en manos de las organizaciones locales a través de “iniciativas que pertenecen a las personas y son dirigidas por ellas en su propio contexto”. Las organizaciones, además de ser socios y aliados en la ejecución de proyectos, son iniciadores y propietarios de las ideas, mientras que las ONG y los donantes globales actúan como entidades de apoyo y facilitación. La potenciación del liderazgo local puede abarcar varios elementos del proceso de desarrollo, desde el establecimiento de prioridades hasta el diseño, la gestión, el seguimiento de los avances y la evaluación de los resultados.

Siguiendo estos lineamientos, la Fundación Heifer Ecuador fortalece el desarrollo de negocios rurales de triple impacto en manos de organizaciones campesinas, campesinas/indígenas, recolectores, productores, pescadores para que el vínculo campo-ciudad permita la construcción de la sostenibilidad en los sistemas alimentarios. Este objetivo dota de herramientas a las organizaciones, que permiten la gestión de los negocios en todos los eslabones.

El triple impacto permite, por un lado, mejorar los niveles de ingresos a través de un vínculo en mejores condiciones con mercados diversos; además, con ayuda de varias metodologías se fortalece las capacidades de gerencia, administración y ventas de los negocios rurales, esto en el ámbito económico. En el ámbito social, se fortalece la capacidad de las organizaciones de brindar servicios a sus asociados para que generen pertenencia, cohesión e identidad. Finalmente, en el ámbito ambiental, se busca que los negocios rurales mantengan o mejoren los servicios ambientales de las zonas en las que se desarrollan, que usualmente son zonas de alta biodiversidad como páramos, laderas andinas, bosques secos, bosques húmedos y la zona marino-costera. Actualmente, Heifer Ecuador implementa dos programas emblemáticos que promueven negocios

rurales sostenibles y fortalecen cadenas de valor con la generación de alianzas con gobiernos locales, nacional, ONG, academia y empresas privadas, para incrementar el impacto.

En este contexto, Fundación Heifer Ecuador requiere contratar servicios técnicos para la prospección e integración de compradores nuevos de sal, sal de segunda y flor de sal de ASOPROSAL, organización ubicada en la comuna Las Gilces, parroquia Crucita, cantón Portoviejo, provincia de Manabí.

En conjunto con ASOPROSAL se identifica la necesidad de diversificar la cartera comercial, conocer la demanda y los requisitos de los compradores y valorar las condiciones reales de abastecimiento, negociación y transporte desde Las Gilces.

La necesidad y el alcance de esta contratación se sustentan en la memoria de reunión de ASOPROSAL del 18 de agosto de 2026, la propuesta de prospección e integración de clientes nuevos y la matriz de priorización territorial elaborada con la organización. La contratación corresponde a la actividad C01.02.05 - Servicios técnicos y deberá mantener coherencia con el presupuesto, alcance y resultados aprobados para dicha actividad.

La sal, la sal de segunda y la flor de sal requieren segmentación diferenciada según características, calidad, presentación y uso. Los sectores institucionales, productivos, industriales, gastronómicos y comerciales se evaluarán únicamente cuando sus requisitos sean compatibles con la oferta y la documentación disponible de ASOPROSAL.

2. DELIMITACIÓN DEL ÁMBITO GEOGRÁFICO

La consultoría tendrá como punto de coordinación y despacho a ASOPROSAL en Las Gilces, Crucita, Portoviejo, y concentrará la prospección en las siguientes zonas:

- Zona Santo Domingo - Pedernales: mínimo dos clientes nuevos integrados a la cartera de ventas en el conjunto de esta zona.
- Zona Sierra central: mínimo dos clientes nuevos integrados a la cartera de ventas en el conjunto de Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo.
- La matriz de priorización territorial registra como localidades inicialmente seleccionadas Pedernales, Santo Domingo, Ambato, Latacunga y Riobamba, agrupadas en las dos macrozonas definidas. En el Producto 1, ASOPROSAL validará o ajustará estas localidades, rutas y segmentos con base en los criterios de transporte, costo logístico, volumen, frecuencia de compra, compatibilidad del producto, compradores potenciales, condiciones de pago y capacidad de seguimiento. Cualquier ajuste deberá quedar documentado y no modificará la meta mínima de clientes por macrozona.
- Las gestiones podrán ser presenciales, telefónicas y virtuales según pertinencia y viabilidad presupuestaria. El mínimo total será de cuatro compradores distintos; no se contabilizarán clientes existentes ni se compensará el incumplimiento de una zona con incorporaciones adicionales en la otra.

3. OBJETIVO DE LA PRESTACIÓN DE SERVICIOS

Realizar una prospección de clientes y exploración de mercado para identificar, validar e integrar compradores nuevos para sal, sal de segunda y flor de sal de ASOPROSAL, generando información comercial verificable para ampliar su cartera de ventas y fortalecer la sostenibilidad económica de la organización.

3.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Definir y validar con ASOPROSAL la oferta comercial de sal, sal de segunda y flor de sal, la priorización territorial y los prospectos comerciales en las dos macrozonas establecidas, considerando las características y disponibilidad de los productos, las condiciones logísticas y el potencial de compra.
- Integrar al menos cuatro clientes nuevos a la cartera de ventas de ASOPROSAL dos en Santo Domingo Pedernales y dos en el conjunto de Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo mediante su identificación y validación, verificando la compatibilidad de sus requisitos técnicos, comerciales y logísticos con la capacidad de suministro de la organización.
- Elaborar una ruta comercial de seguimiento y negociación con responsables, próximas acciones e indicadores para sostener las relaciones comerciales.

4. RESULTADOS ESPERADOS

Al finalizar la consultoría, en un plazo de noventa (90) días laborables contados a partir de la firma del contrato, se deberán alcanzar los siguientes resultados, en correspondencia con los cinco objetivos específicos:

1. Al finalizar la consultoría, ASOPROSAL contará con una oferta comercial validada por su administración, que incluya tres fichas diferenciadas para sal, sal de segunda y flor de sal, con información sobre disponibilidad, presentaciones, calidad, precios y condiciones de suministro.
2. Al finalizar la consultoría, ASOPROSAL contará con la matriz de priorización territorial aplicada y validada, con las localidades, rutas y segmentos priorizados en las dos macrozonas, los criterios utilizados y las fuentes que sustentan la decisión.
3. Al finalizar la consultoría, ASOPROSAL contará con al menos cuatro clientes nuevos integrados a su cartera de ventas: dos en la zona Santo Domingo-Pedernales y dos en el conjunto de Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo, distintos de sus compradores actuales y respaldados por evidencia comercial verificable conforme a la definición de cliente nuevo integrado establecida en estos TDR.
4. Al finalizar la consultoría, ASOPROSAL contará con una matriz de requisitos de los compradores priorizados, contrastada con ellos y validada por la administración de la organización, que incluya exigencias de calidad, presentación, documentación, volumen, frecuencia de compra, entrega y pago, su correspondencia con la capacidad de ASOPROSAL y los ajustes necesarios para atenderlas.
5. Al finalizar la consultoría, ASOPROSAL contará con una ruta comercial de seguimiento y negociación validada y socializada, que incluya una base actualizada de clientes y oportunidades, acciones programadas, responsables, plazos e indicadores de seguimiento de contactos, pedidos, ventas y recompra.

5. METODOLOGÍA

La consultoría aplicará una metodología participativa, secuencial y orientada a resultados comerciales verificables durante 90 días laborables a partir de la firma del contrato, en coordinación con ASOPROSAL y el equipo técnico del proyecto.

La metodología deberá contemplar, como mínimo, las siguientes etapas, utilizando la información disponible de la organización y construyendo los instrumentos y evidencias que aún no existan:

1. **Revisión de información interna**

Se revisarán producción, ventas, precios, costos, distribución, experiencias comerciales y capacidad de atención de pedidos. Se establecerá una línea base confidencial de clientes actuales, validada por la administración de ASOPROSAL al inicio del servicio, para comprobar la condición de cliente nuevo. Los nombres de la cartera actual no se incluirán en los TDR ni en versiones públicas de los productos.

2. **Caracterización de productos**

Se elaborarán tres fichas comerciales diferenciadas para sal, sal de segunda y flor de sal, con características, presentaciones, calidad respaldada por la documentación disponible, volúmenes, estacionalidad, capacidad de suministro, precios referenciales y condiciones de entrega. Se revisarán empaque, almacenamiento y transporte con la administración de ASOPROSAL para validar una oferta que la organización pueda cumplir.

3. **Segmentación por tipo de sal y uso**

Se relacionará cada producto con compradores compatibles con sus características: distribuidores, comercios, establecimientos gastronómicos y compradores institucionales, productivos o industriales, según corresponda. Se identificarán usos, presentaciones, volúmenes y frecuencia. No se promoverán usos cuya aptitud no esté respaldada por la información del producto y los requisitos del comprador.

4. **Priorización territorial y mapeo focalizado**

ASOPROSAL aplicará, con acompañamiento del/de la consultor/a, la matriz de priorización territorial dentro de las dos zonas definidas. Se valorarán facilidad de transporte (20%), costo logístico (15%), volumen potencial de venta (20%), frecuencia de compra (15%), compatibilidad del producto (10%), compradores potenciales (10%), condiciones de pago (5%) y capacidad de seguimiento (5%), considerando el despacho desde Las Gilces. Se documentarán la escala, los datos y las fuentes de cada valoración; la organización decidirá las localidades, rutas y segmentos de intervención. Con esta decisión se construirá un mapa y una base filtrable por zona, localidad, tipo de sal, uso y estado de la gestión, excluyendo la cartera actual.

5. **Contacto directo con compradores nuevos**

Se contactará a compradores nuevos mediante llamadas, comunicaciones, reuniones y visitas según pertinencia y viabilidad presupuestaria. Se presentará la oferta compatible con su actividad, se identificará a la persona que decide la compra y se registrarán producto de interés, volumen, frecuencia, condiciones solicitadas y próxima acción. Las muestras o cotizaciones se coordinarán con ASOPROSAL y cada gestión quedará documentada en la base comercial.

6. **Validación de requisitos y viabilidad comercial**

Se contrastarán con cada comprador priorizado sus requisitos de calidad, presentación, documentación, volumen, frecuencia, entrega y pago. La matriz registrará la capacidad de ASOPROSAL para cumplirlos, los costos de transporte y entrega, las brechas y los ajustes necesarios. La organización validará la viabilidad de cada oportunidad y autorizará las condiciones antes de negociar, evitando comprometer volúmenes, calidades o plazos que no pueda atender.

7. Integración de clientes a la cartera de ventas

Se acompañarán la cotización, negociación, pedido y demás gestiones comerciales necesarias para integrar al menos cuatro compradores nuevos: dos en Santo Domingo-Pedernales y dos en el conjunto de Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo. Para efectos de la meta contractual, un cliente se considerará integrado cuando no pertenezca a la cartera actual, cuente con datos completos, interés y requisitos comerciales validados, incorporación aprobada por ASOPROSAL y al menos una evidencia verificable de avance comercial: pedido piloto, orden o compromiso de compra documentado, cotización aceptada, acuerdo comercial o primera compra. Los contactos, muestras, cotizaciones no aceptadas o conversaciones sin evidencia de incorporación se registrarán como oportunidades y no contarán para la meta. Cada comprador se contabilizará una sola vez y en una sola zona; sus sucursales no se contabilizarán como clientes distintos.

8. Ruta comercial de seguimiento y negociación

Se acordará con ASOPROSAL una ruta por cliente y oportunidad, con responsable, próxima acción, fecha, producto, condiciones pendientes y estado de la negociación o venta. Se definirán cinco indicadores: contactos efectivos, pedidos confirmados, volumen vendido, valor de ventas y clientes con recompra; cada uno tendrá unidad, fuente, frecuencia de actualización y responsable. Los pedidos se medirán como gestión comercial y la primera compra como un hito de resultado cuando ocurra; la integración contractual se verificará mediante la evidencia comercial mínima definida en estos TDR. La recompra se registrará cuando ocurra, sin sustituir la meta de clientes nuevos.

9. Informe final y socialización de resultados

Se consolidarán los resultados por objetivo y zona, las evidencias de integración comercial y las primeras compras cuando existan, los requisitos y brechas, las oportunidades pendientes y la ruta de seguimiento. El informe y los archivos editables se revisarán con ASOPROSAL y Fundación Heifer Ecuador. En una reunión de socialización se explicará el uso de la base comercial, la matriz y los indicadores; se registrarán participantes, observaciones, acuerdos y responsables de la continuidad comercial.

6. PERFIL DEL CONSULTOR

Variable	Requerido		
Sexo	M:	F:	Indistinto: X
Edad	Mínima:	Máxima:	Indistinto: X
Perfil	Título universitario en Marketing, Gestión Comercial, Administración de Empresas, Economía, Agroindustria, Negocios o áreas afines. Experiencia general mínima de tres años y específica mínima de dos años en exploración de mercados, prospección, negociación, gestión de cartera o cierre de ventas.		

Variable	Requerido
<i>Conocimientos técnicos específicos</i>	Segmentación de mercados por producto y uso; prospección y negociación; integración de compradores; logística y costos de distribución; condiciones de pago; bases de datos, Excel e indicadores; trabajo con negocios rurales y productos agroalimentarios o insumos productivos.
<i>Disponibilidad</i>	Disponibilidad durante noventa (90) días laborables desde la firma del contrato y para coordinar en Las Gilces y realizar gestiones en Santo Domingo-Pedernales y en Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo.
<i>Aptitudes, cualidades y destrezas</i>	Planificación, comunicación clara, escucha, organización, orientación a resultados verificables, negociación, análisis comercial, respeto a la diversidad territorial, confidencialidad y transferencia de herramientas a ASOPROSAL.

7. COORDINACIÓN DEL TRABAJO

El/la consultor/a trabajará bajo la dirección y supervisión de Fundación Heifer Ecuador y coordinará con la Gerencia del Proyecto, el equipo técnico, el directorio y la administración de ASOPROSAL. Heifer aprobará los productos y facilitará la coordinación. ASOPROSAL entregará la información disponible, decidirá la priorización territorial y validará precios, condiciones comerciales y nuevas incorporaciones. El/la consultor/a será responsable de ejecutar, documentar y dar seguimiento a las gestiones; no podrá comprometer ventas o condiciones sin autorización de la organización.

8. PRODUCTOS Y DURACIÓN

La consultoría tendrá una duración total de noventa (90) días laborables, contados a partir de la firma del contrato.

N°	Producto	Descripción	Duración	Pago
1	Plan de trabajo y metodología	Cronograma de 90 días laborables, instrumentos, responsables y mecanismo de validación. Línea base confidencial de clientes actuales y procedimiento para excluirlas. Matriz territorial revisada, con validación documentada de localidades, rutas y segmentos priorizados por ASOPROSAL dentro de las dos macrozonas. Plan validado con Fundación Heifer Ecuador y ASOPROSAL.	10 días laborables	20%

N°	Producto	Descripción	Duración	Pago
2	Oferta comercial, priorización territorial, prospectos socializados y validados por la organización	Tres fichas comerciales validadas; segmentación por uso; matriz territorial aplicada y rutas acordadas. Mapa y base editable de prospectos nuevos por zona, con contactos y gestiones. Matriz de requisitos técnicos, comerciales y logísticos, capacidad de respuesta, costos y brechas; agenda de negociación. Se debe incluir la memoria de la reunión de socialización y validación con la organización.	20 días laborables	20%
3	Clientes nuevos integrados a la cartera	Al menos cuatro compradores nuevos: dos en Santo Domingo-Pedernales y dos en el conjunto de Cotopaxi, Tungurahua y Chimborazo. Cada cliente deberá estar excluido de la cartera actual, contar con ficha completa, requisitos y condiciones validadas y al menos una evidencia verificable de incorporación comercial conforme a estos TDR. Las oportunidades sin evidencia de incorporación no contarán para la meta. Se debe incluir la memoria de la reunión de socialización y validación con la organización.	45 días laborables	30%
4	Informe final, ruta de seguimiento y socialización	Resultados por objetivo y zona; evidencias de los cuatro clientes; oferta, matriz de requisitos y base comercial actualizadas. Ruta validada con responsables, acciones, plazos y cinco indicadores. Archivos editables e informe; acta de socialización, acuerdos y responsables de continuidad.	10 días laborables	30%

Criterio de aceptación para clientes nuevos integrados: se considerará integrado el comprador que no forme parte de la cartera actual de ASOPROSAL, tenga información completa y validada, requisitos y condiciones comerciales registrados, incorporación aprobada por la organización y al menos una evidencia comercial verificable (pedido piloto, orden o compromiso de compra documentado, cotización aceptada, acuerdo comercial o primera venta). Un contacto o prospecto sin dicha evidencia se registrará como oportunidad y no contará para la meta contractual.

Los productos se entregarán en versión digital editable y PDF. Las bases y matrices se entregarán en Excel con filtros y campos de seguimiento. Los respaldos mínimos serán las fichas y registros consolidados, la validación territorial, las evidencias de incorporación de clientes y el registro de socialización. Los pagos estarán condicionados a la aprobación formal de cada producto.

Heifer Ecuador aprobará los productos con base en su coherencia con los objetivos y en la validación de ASOPROSAL.

9. VERIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DE LAS OFERTAS

El sistema se compone de dos instrumentos en secuencia: verificación de condiciones habilitantes y evaluación por puntaje. Solo las ofertas que cumplan todos los requisitos mínimos pasarán a calificación. La selección considerará experiencia, calidad técnica, viabilidad de la prospección e integración de clientes en ambas zonas y oferta económica.

1. Filtro de condiciones habilitantes (cumplimiento obligatorio)

Condición	Verificación
Oferta presentada dentro del plazo de la convocatoria	Registro de recepción
Carta de interés, propuesta técnica, propuesta económica y hoja de vida	Documentos completos
Formación profesional mínima requerida	Título o certificado verificable
Experiencia general y específica mínima	Hoja de vida y respaldos

2. Escala ponderada de calificación

Componente	Peso	Niveles de valoración	Puntaje máximo
Experiencia profesional general	10%	Tres (3) años: 5 puntos; más de tres (3) y menos de cinco (5) años: 7 puntos; cinco (5) años o más: 10 puntos.	10
Experiencia específica en prospección, negociación, gestión de cartera o cierre de ventas	15%	Dos (2) años: 8 puntos; más de dos (2) y menos de cuatro (4) años: 12 puntos; cuatro (4) años o más: 15 puntos.	15
Experiencia con organizaciones rurales, empresas comunitarias o emprendimientos	5%	Sin experiencia respaldada: 0 puntos; un (1) proceso respaldado: 3 puntos; dos (2) o más procesos respaldados: 5 puntos.	5
Comprensión del objeto, alcance y resultados esperados	10%	Alta: 10 puntos; media: 5 puntos; baja o insuficiente: 0 puntos.	10
Calidad y pertinencia de la metodología	10%	Metodología secuencial y viable, con matriz territorial, validación de requisitos y evidencias de incorporación comercial documentadas en ambas zonas: 10 puntos; parcialmente desarrollada: 5 puntos; insuficiente: 0 puntos.	10
Herramientas y estrategia para integrar clientes nuevos	10%	Instrumentos de exclusión de cartera actual, prospección, evidencias de incorporación comercial y seguimiento con indicadores claros y aplicables: 10 puntos; desarrollo parcial: 5 puntos; insuficientes o ausentes: 0 puntos.	10

Componente	Peso	Niveles de valoración	Puntaje máximo
Cronograma, productos, evaluación y medios de verificación	10%	Secuencia completa, coherente y realista: 10 puntos; secuencia parcial o con ajustes menores: 5 puntos; incompleta o inviable: 0 puntos.	10
Oferta económica	30%	La oferta habilitada de menor precio recibe 30 puntos. Las demás se califican así: (precio de la oferta habilitada más baja / precio de la oferta evaluada) x 30. Se utilizarán dos decimales. Las ofertas que superen el presupuesto no serán calificadas.	30
TOTAL	100%	Suma de los puntajes obtenidos en todos los componentes.	100

La experiencia profesional tendrá una ponderación total de 30 puntos, la oferta técnica de 40 puntos y la oferta económica de 30 puntos. Cada calificación deberá sustentarse en la documentación y en el contenido de la propuesta presentada.

3. Tratamiento de la información incompleta

La documentación presentada después del cierre no será considerada, salvo aclaraciones solicitadas por el comité que no modifiquen el alcance ni el precio de la oferta. La falta de un requisito habilitante dará lugar a la descalificación.

4. Bandas de resultado

Puntaje	Lectura
90 a 100	Oferta altamente pertinente y recomendable para adjudicación.
80 a 89	Oferta pertinente y elegible para adjudicación.
70 a 79	Oferta elegible; podrá ser considerada por el comité.
50 a 69	Oferta que no alcanza el umbral mínimo.
Menos de 50	Oferta no recomendable para adjudicación.

Se seleccionará la oferta habilitada con mayor puntaje total que alcance los umbrales establecidos. En caso de empate se priorizará el mayor puntaje técnico; de persistir, la mayor experiencia específica y luego el menor precio.

10. CONOCIMIENTOS TÉCNICOS ESPECÍFICOS

Exploración y segmentación de mercados; caracterización de oferta; prospección de compradores; negociación y cierre de ventas; evaluación de volúmenes, precios y condiciones de pago; logística y costos de distribución; gestión de cartera y seguimiento comercial; manejo de Excel y bases de datos; trabajo con negocios rurales. Capacidad para diferenciar requisitos según tipo de sal y uso y contrastarlos con la información técnica disponible.

11. CONFIDENCIALIDAD, ÉTICA Y MANEJO DE LA INFORMACIÓN

- La información de ASOPROSAL y de los compradores será confidencial y se utilizará exclusivamente para cumplir la consultoría. La línea base de clientes actuales se manejará en un archivo de acceso restringido y no se incorporará como listado a los TDR ni a productos públicos.
- Los datos de contacto, registros comerciales, fotografías o testimonios se obtendrán y utilizarán con autorización para la finalidad del servicio. Se recopilará únicamente la información necesaria para la gestión y verificación comercial.
- No se divulgarán precios, clientes, contactos, contraseñas, estadísticas, estrategias u otros datos personales, organizativos o comerciales sin autorización.
- Los productos, bases de datos, herramientas y contenidos generados se entregarán a Heifer Ecuador y ASOPROSAL para la continuidad de la gestión comercial, conforme a las condiciones de propiedad intelectual. No podrán utilizarse para fines propios o de terceros sin autorización.
- Los contenidos deberán respetar los derechos de autor, la protección de datos, la diversidad cultural, la igualdad de género, la dignidad de las personas y el principio de no discriminación.

12. CONVOCATORIA Y RECLUTAMIENTO

El/la profesional interesado/a deberá enviar su carta de interés, hoja de vida, propuesta técnica, propuesta económica y documentos de respaldo al correo compras-ec@heifer.org hasta el 29 de octubre de 2026, conforme a la carta de invitación.

MODELO CARTA DE INTERES

Quito, [fecha de presentación de la oferta]

Fundación Heifer Ecuador,

Dirección: Calle José Luis Tamayo N24-587 y Calle Francisco Salazar
Quito-Ecuador

Señoras / señores:
Presente.-

Por medio de la presente manifestamos nuestra expresión de interés para proveer los servicios correspondientes a la **CONSULTORÍA PARA LA PROSPECCIÓN DE CLIENTES Y ESTUDIO DE MERCADO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE SAL.**

.....
.....

Cordialmente,

Consultor/a.

MODELO HOJAS DE VIDA

Hojas de Vida (una por cada integrante del equipo clave)

Título del Cargo y No.	<i>Consultor/a para prospección e integración de clientes nuevos de ASOPROSAL</i>
Nombre del / la Profesional:	<i>[nombre]</i>
Fecha de nacimiento:	<i>[día/mes/año]</i>

Educación: *[Incluya información relevante con el nombre de la institución educativa, fechas y grado obtenido(s)]*

Historia laboral relevante al trabajo: *[Incluya información laboral comenzando con el cargo actual, incluyendo fechas, nombre del empleador, título del cargo, y breve descripción de funciones. No se requiere incluir empleos pasados que no tengan relevancia al trabajo.]*

Fechas	Empleador y Cargo	Descripción de funciones
<i>[fechas]</i>	<i>[nombre completo del empleador y título del cargo]</i>	<i>[descripción]</i>

Idoneidad para el Trabajo:

Tareas asignadas	Experiencia específica en las tareas asignadas
<i>Caracterización de oferta; priorización territorial; prospección, validación y negociación con compradores nuevos; integración a cartera; ruta comercial e informe final.</i>	<i>Describir experiencia verificable en prospección, negociación, integración de clientes, análisis de logística y costos, y trabajo con negocios rurales o productos comparables.</i>

Información de contacto:

[Incluir e-mail y teléfono]

Certificación:

Certifico, hasta el mejor de mis conocimientos, que este CV describe correctamente mis calificaciones y experiencia, y que estoy disponible para asumir el trabajo en caso de adjudicación. Entiendo que cualquier falsedad podrá conducir a mi descalificación o retiro por parte de Fundación Heifer Ecuador.

Firma

[Nombre del Profesional]
[Fecha]

Firma

[Nombre del Representante que firma la propuesta]
[Fecha]

MODELO PROPUESTA ECONÓMICA

PROPUESTA ECONÓMICA

Oferta para: **CONSULTORÍA PARA LA PROSPECCIÓN DE CLIENTES Y ESTUDIO DE MERCADO PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE SAL.**

CONSULTORIA:

CONTRATACIÓN

Fundación Heifer Ecuador

[Insertar nombre de la persona], quien suscribe la propuesta, declaro que:

- a) He examinado y no tengo reservas a los requisitos solicitados, y he revisado toda la información de los términos de referencia de la presente consultoría.
- b) Me comprometo a brindar servicios profesionales de consultoría respetando los siguientes principios:
 - Profesionalismo: Garantizando la calidad, cantidad y suficiencia de los productos a ser presentados en la consultoría
 - Transparencia: Ejecutando todos los procesos acordados brindando la mayor claridad de información y resultados
 - Confidencialidad: la información recibida y producida se utilizará exclusivamente para ejecutar la consultoría. Los productos serán de propiedad de Fundación Heifer Ecuador y se entregarán a ASOPROSAL para su gestión comercial, conforme a los TDR. No se compartirán con terceros sin autorización escrita.
- c) El precio total de mi propuesta es de USD [indicar valor, sin superar USD 5.000,00], incluidos todos los costos e impuestos. Los pagos se realizarán contra presentación de factura y aprobación de productos. El detalle de costos que se adjunte deberá sumar el valor total ofertado.
- d) El monto especificado incluye IVA, demás impuestos, honorarios, movilización, alojamiento, alimentación, logística, comunicaciones, materiales y todos los gastos necesarios para ejecutar el servicio. No se solicitarán valores adicionales.
- e) Mi propuesta se mantendrá vigente por los días que se indican a continuación, contados a partir de la fecha límite fijada para la presentación de propuestas: [Insertar número de días calendario]
- f) Esta propuesta me obliga y podrá ser aceptada en cualquier momento hasta antes del término de dicho período.
- g) Manifiesto no haber sido declarado/a inelegible por Fundación Heifer Ecuador para presentar propuestas.
- h) Entiendo que esta propuesta constituirá una obligación contractual, hasta la preparación y ejecución del Contrato formal.
- i) Entiendo que **Fundación Heifer Ecuador** no está obligado a aceptar mi propuesta evaluada como la más baja ni ninguna otra de las propuestas que reciba.

Nombre: [indicar nombre completo de la persona que firma la propuesta]

Firma:

El día [indicar día] del mes [indicar el mes] de [indicar el año]. [indicar fecha de firma de la propuesta]