



ORGANIZACION NACIONAL INDIGENA DE COLOMBIA
ONIC
 NIT. 860.521.808-1

TÉRMINOS DE REFERENCIA

| I. INFORMACIÓN DE LA POSICIÓN | |
|---|--|
| Título de la posición | Consultor |
| Grado de posición | N/A |
| Producto Solicitado | Elaborar el documento con la estrategia de marketing y comunicaciones para el posicionamiento de los productos a comercializar en el marco de la Alianza Interétnica para la Paz bajo la marca “Semilla Nativa”. |
| Número de posición | UNO |
| Tipo de contrato | CONSULTORIA |
| Tiempo de contrato | 2 meses |
| Estación de Trabajo | Colombia |
| Reporta directamente a | Coordinación proyecto ONIC- AFRODES |
| Enviar hojas de vida al correo | convocatoriasonic@onic.org.co |
| Fecha de apertura convocatoria | 20 de mayo de 2022 |
| Fecha de Cierre de la convocatoria | 25 de mayo de 2022 |
| II. CONTEXTO DE ORGANIZACIÓN Y ALCANCE | |
| <p>En 2020 la Organización Nacional Indígena de Colombia – ONIC y la Asociación Nacional de Afrocolombianos Desplazados – AFRODES, suscribieron un acuerdo para el desarrollo del programa ALIANZA INTERÉTNICA PARA LA PAZ, iniciativa de los pueblos indígenas y afrodescendientes, comprometidos construcción de paz en Colombia. La alianza, tiene como objetivo principal fortalecer la autonomía, el autogobierno y las economías propias de los pueblos indígenas y comunidades afrodescendientes de cinco municipios de los Departamentos de Chocó, La Guajira y Cesar: Juradó, Riosucio, Riohacha, Barrancas y Valledupar.</p> <p>Dentro del alcance de la iniciativa se ha venido consolidando el fortalecimiento de productos indígenas y afrodescendientes, a fin de motivar sus economías familiares y comunitarias hacia la soberanía alimentaria y la generación de ingresos. Por su parte, en los últimos ocho años, la ONIC ha venido avanzando en la construcción y posicionamiento de la marca SEMILLA NATIVA, propiedad de la Organización y de los pueblos indígenas; la cual se orienta a la comercialización de los productos étnicos y es el marco de referencia de la visión de futuro de las economías propias de los pueblos.</p> <p>El alcance del documento es avanzar en el posicionamiento de los productos indígenas generados en la marco la alianza como estrategia para su posicionamiento a nivel nacional e internacional bajo la marca “Semilla Nativa”. Se busca en principio visibilizar la significancia de la producción de pueblos indígenas y afros, de cómo está ligada a prácticas ancestrales de cuidado de la Naturaleza, conservación de ecosistemas y entornos agroecológicos estratégicos para Colombia y el mundo. Se busca resaltar el valor social, económico, cultural y ambiental que tienen dichos productos para la pervivencia de estos pueblos.</p> <p>Teniendo en cuenta lo anterior, se abre esta convocatoria con el ánimo de contratar una consultoría para Elaborar el documento con la estrategia de marketing y comunicaciones de productos a comercializar en el marco de la Alianza Interétnica para la Paz bajo la marca “Semilla Nativa”.</p> | |



ORGANIZACION NACIONAL INDIGENA DE COLOMBIA
ONIC
NIT. 860.521.808-1

Bajo la supervisión directa de ONIC y la supervisión general del Gerente de Economías Propias de la ALIANZA INTERÉTNICA, el consultor coordinará y desarrollará las acciones necesarias para la elaboración del documento, el cual debe tener al menos el siguiente contenido:

LÍNEAS DE PRODUCTOS A ABARCAR CON LA MARCA.

En el marco de la Alianza se abarcarán tres líneas de producción encontrados en los territorios intervenidos, son los siguientes:

1. Artesanías (Pacífico y Caribe). Como se vinculan al proceso de comercialización y uso de la marca.
 - Shakiras.
 - Mochila Wayuu.
 - Mochila Kankuama
2. Panela y derivados (Pacífico).
 - Panela En Bloque.
 - Miel de Caña.
3. Plátano y derivados (Pacífico).
 - Fresco seleccionado.
 - Harina de plátano.
 - Chips de plátano.
 - Plátano empacado al vacío.

ALCANCE DE LA MARCA

El alcance del posicionamiento de los productos derivados de la Alianza que se comercializarán a través de la marca SEMILLA NATIVA en los municipios en los que ya la marca tiene presencia como parte del trabajo desarrollado por ONIC, además de los municipios en los cuales viene interviniendo actualmente la Alianza (Valledupar, Riohacha, Barrancas; Riosucio y Juradó). En cuanto a mercados, se tendrá cobertura a nivel nacional. Para ello se espera que la consultoría logre Construir las estrategias de comercialización de cada uno de los productos, teniendo en cuenta sus especificidades: origen, historia del producto, características, requerimientos legales y sanitarios, precios de mercado, canales de comercialización y modelos de comunicación, teniendo en cuenta al menos la siguiente estructura de documento:

ESTRUCTURA DEL DOCUMENTO



ORGANIZACION NACIONAL INDIGENA DE COLOMBIA
ONIC
NIT. 860.521.808-1

Se propone la siguiente estructura del documento que permita en primer lugar registrar antecedentes y el estado actual de la marca y que posteriormente presente lo relacionado con la estrategia de marketing y comunicaciones para los productos antes mencionados.

1. Antecedentes.

2. Aspectos legales.

- 2.1 Propiedad intelectual/industrial de la marca.
- 2.2 Estado de Registro de la marca.
- 2.3 Alcance actual de la marca en cuanto a productos.
- 2.4 Cobertura geográfica Actual.

3. Aspectos Técnicos.

- 3.1 Descripción de la marca.
- 3.2 Conceptualización gráfica.
- 3.3 Normalización de la marca.

4. Aspectos comerciales de la marca.

- 4.1 Actividades de posicionamiento en el mercado.
- 4.2 Principales productos y volúmenes vendidos con la marca.

5. Estrategia de marketing y comercialización de los productos Alianza bajo la marca Semilla Nativa.

- 5.1 Manual de imagen corporativa para la marca "Semilla Nativa".
- 5.2 Análisis de los clientes y del mercado objetivo para los productos de la Alianza.
- 5.3 Alcance de la marca en cuanto a productos.
- 5.4 Alcance y/o cobertura geográfica de la marca para los productos de la Alianza.
- 5.5 Logística de comercialización para los productos de la Alianza.
 - Pedidos
 - Entregas
 - Pagos
 - Entre otros
- 5.6 Comunicación estratégica para los productos de la Alianza bajo la marca de Semilla Nativa.
 - Propuesta de valor.
 - Política de uso de medios digitales.

6. Administración de los productos bajo la marca.

7. Ruta de implementación de la estrategia de marketing.

III. RESPONSABILIDADES Y COMPROMISOS



ORGANIZACION NACIONAL INDIGENA DE COLOMBIA
ONIC
NIT. 860.521.808-1

1. Coordinar con la ONIC y con la Gerencia de economías Propias de la Alianza, la construcción del documento acogiendo las necesidades y recomendaciones que la ONIC y la Alianza requieran para garantizar la calidad del documento.
2. Atender las reuniones previstas (quincenal) de revisión técnica sobre los avances de la consultoría. Las mismas pueden realizarse de manera presencial o virtual.
3. En el proceso, la entidad Consultora se entrevistará virtualmente con los líderes de los productos, para conocer las especificidades de los mismos y las expectativas actuales y futuras respecto a las ventas en los diferentes mercados.
4. Entregar en los primeros 5 días después de firmado el contrato el plan de trabajo para la elaboración del documento.
5. Entregar 30 días después de firmado el contrato, un informe de avance del documento.
6. Entregar 60 días después de firmado el contrato, el documento final contratado.
7. Atender los requerimientos de ajuste final del documento contratado.

EL VALOR

El valor de la propuesta debe incluir el IVA. Si no es responsable de este impuesto, debe indicarlo en el ítem del valor que se propone.

PLAZO

El plazo para la entrega del informe final es de 2 meses, contados a partir de la firma del contrato.

FORMA DE PAGO

Se hará un primer pago del 50% del valor del contrato con la presentación del cronograma de trabajo y un pago final del 50% a la recepción del documento final // si es persona natural tendrá que acreditar los parafiscales para cada pago si es jurídica el documento de paz y salvo de parafiscales expedido por el revisor fiscal.

INFORMES

Un cronograma de trabajo
Un informe al cumplirse el primer mes del plazo
Informe final.
Los informes en archivos físicos y digitales.

La selección de la persona natural o jurídica se realizará teniendo en cuenta la propuesta técnica, la celeridad tiempo y precio ofertado. La ONIC se reserva el derecho de explicar la decisión tomada y solo contactará al seleccionado.



ORGANIZACION NACIONAL INDIGENA DE COLOMBIA
ONIC
NIT. 860.521.808-1

IV. PERFIL

EDUCACIÓN Y EXPERIENCIA

Persona natural o empresa con experiencia demostrada en la elaboración de planes de mercadeo para comunidades étnicas en Colombia. El proponente debe presentar un plan de trabajo, con su respectivo cronograma.

Se requiere:

- Experiencia de trabajo con Organizaciones étnicas, redes y equipos de comunicación.
- Experiencia en documentos de comercialización, marketing y posicionamiento

V. COMPETENCIAS

Se espera que el titular manifieste los siguientes valores y competencias:

Valores

- Inclusión y respeto por la diversidad étnica y cultural: Respeta y promueve las diferencias individuales y culturales. Apoya la diversidad étnica y la inclusión donde sea posible.
- Integridad y transparencia: Mantiene estándares éticos altos y actúa de forma consistente con los principios y reglas organizacionales y las pautas de conducta.
- Profesionalismo: Demuestra habilidad para trabajar de manera compuesta, competente y comprometida, mostrando buen juicio al enfrentar sus desafíos diarios.

Competencias Centrales –

- Producción de resultados: Produce y entrega resultados a tiempo y con orientación al servicio. Es dado/a a la acción comprometido/a con la consecución de los resultados acordados.
- Pensamiento y visión estratégicos: Trabaja estratégicamente para alcanzar las metas de la Organización y transmite una dirección estratégica clara.