Gmail

JULIO RENAN PANIAGUA ALCARAZ <paniagualcaraz@gmail.com>

Inicio de consultoria

2 mensajes

Luis Enrique Robledo <enrique.robledo@ipta.gov.py> 18 de mayo de 2021, 15:41
Para: paniagualcaraz@gmail.com

Estimado Ing. Agr. Julio R. Paniagua A.

En adjunto le remito una nota de inicio de la consultoria,
CONTRATO Nº 03/2020, CONSULTORÍA DE ANÁLISIS DE MERCADO Y PLAN DE MARKETING. PROYECTO CONACYT OTRI 20-2 - ID N° 396.589.

Atte.

NOTA DE INICIO DE LA CONSULTORIA.docx
168K

paniagualcaraz <paniagualcaraz@gmail.com> 18 de mayo de 2021, 15:58
Para: Luis Enrique Robledo <enrique.robledo@ipta.gov.py>

Estimado Ingeniero
Acuso recibo de la nota.
Saludos cordiales.

Enviado desde mi Galaxy

-------- Mensaje original --------
De: Luis Enrique Robledo <enrique.robledo@ipta.gov.py>
Fecha: 18/5/21 15:41 (GMT-04:00)
A: paniagualcaraz@gmail.com
Asunto: Inicio de consultoria

[El texto citado está oculto]

Instituto PARAGUAYO DE TECNOLOGÍA AGRARIA

GOBIERNO NACIONAL

Paraguay de la gente

CONACYT PROCIENCIA

MEMORANDO Nº 28/2021

A : **ING. AGR. JULIO R. PANIAGUA, CONSULTOR**
ANALISIS DE MERCADO Y PLAN DE MARKETING

De : **ING. AGR. LUIS ENRIQUE ROBLEDO**, Coordinador Principal
Responsable Técnico Proyecto OTRI20-2

Ref. : Presentar APROBACION DEL PLAN DE TRABAJO de la consultoría para Análisis de Mercado y plan de marketing. Proyecto OTRI 20-02 CONACYT - IPTA

Fecha : 08/06/2021

Me dirijo a usted a los efectos de comunicarle la aprobación del plan de trabajo de la consultoría de Análisis de Mercado y Plan de Marketing OTRI20-2, previsto en el plan general del trabajo dentro de la ejecución del **Proyecto OTRI20-2"PRODUCCION DE MUDAS LIBRES DE VIRUS, IPTA-CONACYT.**

INSTITUTO PARAGUAYO DE TECNOLOGÍA AGRARIA
CENTRO DE INVESTIGACIÓN HERNANDO BERTONI
IPTA - CONACYT

Prof. Ing. Agr. JULIO RENAN PANIAGUA A.
Mat. Prof. Nº 530

ACTA DE APROBACIÓN DE PLAN DE TRABAJO

CONSULTORIA DE SERVICIO- ANALISIS DE MERCADO Y PLAN DE MARKETING

En la Ciudad de Caacupé, a los 08 días del mes de Junio de 2021, siendo las 09:00 horas, en el Centro de Investigación Hernando Bertoni (CIHB/IPTA Caacupé), Oficina OTRI, se reúnen la Directora del CIHB, Ing. Agr. Lidia Margarita Pedrozo, la Directora de Transferencia de Tecnología del IPTA, Ing. Agr. Crisanta Rodas, el Coordinador Técnico del Proyecto OTRI 20-2 "Producción de Mudas Libres de Virus", Ing. Agr. Luis Enrique Robledo, a los efectos de analizar, evaluar y aprobar el Plan de Trabajo del Servicio de Consultoría de Análisis de Mercado y Plan de Marketing - Proyecto OTRI20-2. Contratación directa Nº 04/2021, ID Nº 396.589.-, Objeto de Gasto 266 – Consultorías y así dar cumplimiento a lo establecido, en tiempo, en los Términos de Referencia. Se analiza el documento por lo que el Equipo Técnico de Evaluación Aprueba el documento presentado por el mencionado profesional cuya Copia se adjunta a este documento para los fines pertinentes.

El Coordinador Técnico del Proyecto, dará curso al Expediente.

Siendo las 10:30 horas se da por finalizado el acto de Evaluación del Plan de Trabajo.

Ing. Agr. MSc Lidia Pedro
Directora
CIHB - IPTA Caacupé
Mat. Prof. Nº 1.486

Instituto Paraguayo de Tecnología Agraria
Dirección de Transferencia de Tecnología
IPTA

Crisanta Rodas
Ing. Agr Matr N 554

Ing. Agr. Luis E. Robledo
Coordinador Técnico
Proyecto OTRI20-2
IPTA - CONACYT

Instituto Paraguayo de Tecnología Agraria
Centro de Investigación Hernando Bertoni
IPTA - CONACYT

San Lorenzo, 4 de junio de 2021

Señores
Ing. Agr. **CRISANTA RODAS CARDOZO**, Directora
DIRECCIÓN DE TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA
Ing. Agr. **LIDIA M. PEDROZO FLEITAS**, Directora
CENTRO DE INVESTIGACIÓN HERNANDO BERTONI
Ing. Agr. **LUIS ENRIQUE ROBLEDO ORTIGOZA**, Coordinador
PROYECTO OTRI 20-2
INSTITUTO PARAGUAYO DE TECNOLOGÍA AGRARIA
SAN LORENZO

Tengo el agrado de dirigirme a ustedes, a los efectos de presentar el Plan de trabajo del "SERVICIO DE CONSULTORÍA DE ANÁLISIS DE MERCADO Y PLAN DE MARKETING – PROYECTO CONACYT – OTRI – 20 – 2. Contratación Directa N° 04/2021, ID N° 396.589.

En tal sentido, me permito solicitar la evaluación del plan de trabajo y la aprobación de este, tal como se establece en el contrato 03/2021 de fecha 7 de mayo de 2021 y en los documentos anexos.

Esperando una respuesta favorable al pedido, aprovecho la ocasión para saludarles con mi mayor consideración.

Prof. Ing. Agr. **JULIO RENAN PANIAGUA ALCARAZ**
Reg. Prof. No. 530

Prof. Ing. Agr. JULIO RENAN PANIAGUA A.
Mat. Prof. Nº 530

Recibí 4/06/21

INSTITUTO PARAGUAYO DE TECNOLOGÍA AGRARIA
CENTRO DE INVESTIGACIÓN HERNANDO BERTONI
IPTA - CONACYT

Ing. Agr. **Luis E. Robledo**
Coordinador Técnico
Proyecto OTRI20-2
IPTA - CONACYT

NOTA Nº 01 /2021

Asunción, 18 de Mayo de 2021.-

Señor
Ing. Agr. JULIO RENAN PANIAGUA ALCARAZ
Sr. JULIO RENAN PANIAGUA ALCARAZ, Representante Legal
Teléfono: 0971188275
Dirección: Ruta Paraguari Villarrica - Km 81
Email: paniagualcaraz@gmail.com
República del Paraguay
Presente

***REFERENCIA:* CONTRATO Nº 03/2021, CONSULTORÍA DE ANÁLISIS DE MERCADO Y PLAN DE MARKETING. PROYECTO CONACYT OTRI 20-2 - ID N° 396.589.-**

Me dirijo a Usted, dentro del marco de la referencia, a fin de solicitar el inicio de los servicios de consultoría conforme al Cronograma de Entrega indicado en la Cláusula 8 del Contrato de referencia.

Para consultas y coordinación de entrega, favor comunicarse con el coordinador del Proyecto IPTA-CONACYT OTRI 20-2, AL 0971256512

Luis E. Robledo O.
Ing. Agr. Luis E. Robledo
Coordinador Técnico
Proyecto OTRI20-2
IPTA - CONACYT

Ing. Agr. Luis E. Robledo
Coordinador del Proyecto IPTA-CONACYT OTRI-20-2
Producción de Mudas Libre de Virus

Instituto Paraguayo de Tecnología Agraria
Coordinación Gral. de Adm. Financiera de Proyectos
Lic. Andrés Moreno A.

SERVICIO DE CONSULTORÍA DE ANÁLISIS DE MERCADO Y PLAN DE MARKETING - PROYECTO CONACYT-OTRI -20-2
CONTRATACIÓN DIRECTA N° 04/2021, ID N° 396.589

PLAN DE TRABAJO

DESCRIPCIÓN DEL ENFOQUE, LA METODOLOGÍA Y EL PLAN DE ACTIVIDADES PARA LA EJECUCIÓN DEL TRABAJO

A) ENFOQUE TÉCNICO Y METODOLOGÍA

El objetivo general del IPTA es la generación, rescate, adaptación, validación, difusión y transferencia de la tecnología agraria, así como el manejo de los recursos genéticos agropecuarios y forestales. Su objetivo específico es el desarrollo de programas de investigación y de tecnologías que permitan elevar la productividad en los ámbitos agropecuario y forestal, a fin de potenciar su competitividad para el mercado interno, así como para el mercado de exportación.

Entre las funciones y atribuciones del IPTA se encuentran las de generar y adaptar nuevas tecnologías en el sector agrícola, ganadero, forestal y agroindustrial; ejecutar las políticas y programas de investigación, y la difusión de la tecnología de su competencia; transferir y publicar tecnología por diversos medios, sean escritos, radiales, televisivos o cualquier otro necesario para el fin señalado; formular, coordinar, apoyar, estimular, generar, adaptar, difundir, contribuir y ejecutar los programas de investigación y transferencia de tecnología del sector de su competencia y cooperar técnicamente con instituciones gubernamentales y no gubernamentales de investigación, difusión y transferencia de tecnología agraria; reclamar y administrar los derechos de propiedad intelectual sobre los diferentes productos de investigación y generación de tecnologías obtenidos en el instituto; entre otras.

Asimismo, entre los deberes y obligaciones del IPTA se encuentran los de elaborar y ejecutar, por sí o por terceros, programas de investigación de nuevas alternativas productivas en base a las demandas de los mercados, y transformarlos, si así conviniere, en tecnología transferible; elaborar y ejecutar, por sí o por terceros, programas de desarrollo tecnológico; transferir y difundir, por si o por terceros, la tecnología generada; promover en los programas de investigación, la diversificación agropecuaria y forestal nacional con base a la exigencia de la demanda de los mercados nacionales e internacionales; incentivar la participación del sector privado en la definición de políticas de su competencia, y el desarrollo de las actividades de generación, transferencia agropecuaria y forestal; incentivar con los programas de

Prof. Ing. Agr. JULIO DEMAR PANIAGUA A.
Mat. Prof. N° 530

investigación y transferencia tecnológica, el aumento de la productividad, calidad, competitividad, conservación y transformación de los productos agropecuario, agroindustrial y forestal, desarrollando las cadenas productivas que cuentan con ventajas competitivas, facilitando la inserción ventajosa de los productores en los conglomerados productivos y en los mercados; firmar convenios, acuerdos y contratos con instituciones públicas y privadas nacionales y extranjeras y velar por su ejecución; celebrar alianzas públicas-privadas para la implementación de programas y proyectos de investigación, transferencia tecnológica, entre otros.

En este contexto, se pretende ejecutar la actividad del plan general de trabajo denominado "Análisis de Mercado y Plan de Marketing". Un análisis de mercado es una evaluación que le permitirá al IPTA tener una visión completa de la cadena productiva que enfoque los momentos de operación y anticipación ante cualquier factor de riesgo, que determine el tamaño del mercado de la tecnología (mudas libres de virus) e identifique factores como el valor del mercado, segmentación de clientes, entre otros. Además, se actualizará el estudio de mercado realizado en el 2018 que permita al IPTA proyectar la producción de plantas madre y yemas libre de virus y producción de mudas.

Este trabajo de consultoría tiene por objeto analizar el mercado y proponer un plan de mercadeo de mudas libres de virus.

Entre los productos esperados se tienen el análisis de mercado que estudia el sector que utiliza la tecnología generada por el IPTA, el segmento hacia donde se puede expandir, la probabilidad que tiene de hacerlo, el beneficio por el uso de la tecnología para el IPTA, la posibilidad de expansión a otros mercados en el ámbito nacional y las alternativas que van más allá de las capacidades que el Proyecto de Transferencia OTRI-20-2 puede tener, con la misión de fortalecer el paquete tecnológico. Asimismo, se espera un plan de marketing de manera a crear la estrategia adecuada para administrar el negocio tecnológico.

Para cada uno de los productos esperados se cuenta con una metodología que será utilizada. A seguir se numeran los productos esperados y su metodología de obtención:

1. ANÁLISIS DE MERCADO

Tiene como objetivo estudiar el sector que utiliza la tecnología generada por el IPTA, el segmento hacia donde se puede expandir, la probabilidad que tiene de hacerlo, el beneficio por el uso de la tecnología para el IPTA, la posibilidad de expansión a otros mercados en el ámbito nacional y otras alternativas para fortalecer el paquete tecnológico.

Prof. Ing. Agr. JULIO HERNAN PANIAGUA A.
Mat. Prof. N° 530

Para el estudio del mercado de mudas libres de virus se realizará un análisis del entorno general (macroentorno), un análisis del entorno sectorial (microentorno) que incluye la posición competitiva, un análisis del entorno interno con sus ventajas competitivas y una investigación de mercado que comprende la segmentación, el análisis del consumidor, el análisis del mercado objetivo y la demanda.

Las mudas libres de virus generadas por el IPTA- Caacupé cuentan con un mercado establecido y a la fecha es el principal oferente, a los efectos de mantenerse y ampliar el mercado se examinará:

a) ¿En qué sector (viveristas-productores) se utiliza la tecnología generada por el IPTA? ¿En qué segmento se puede expandir? ¿Qué probabilidad tiene de hacerlo? ¿Cuánto puede ser el royalty (beneficio por el uso de la tecnología) para el IPTA-OTRI? ¿Cuál es la posibilidad de expansión a otros mercados en el ámbito nacional? Además, se explorarán alternativas para fortalecer el paquete tecnológico.
b) Un análisis de mercado que permita al IPTA tener una visión completa de la cadena productiva que focalice los momentos de operación y anticipación ante cualquier factor de riesgo, que determine el tamaño del mercado de la tecnología (mudas libres de virus) e identifique factores como el valor del mercado, segmentación de clientes, identificar sus hábitos de compra, conocer a la competencia, el entorno económico, las tendencias actuales, las regulaciones legales y culturales y otros factores como: tamaño del mercado, tasa de crecimiento, tendencia del mercado, rentabilidad del mercado, barreras de la industria y factores clave de éxito.

2. PLAN DE MARKETING

Tiene por objetivo crear la estrategia adecuada para administrar el negocio tecnológico.

Para alcanzar el objetivo se pretende realizar un marketing analítico, uno estratégico y otro operativo.

El marketing analítico da una visión objetiva de la situación del negocio en el mercado en comparación con los competidores y respecto a la situación socioeconómica actual. Esto es útil para conocer cómo se puede diferenciar de la competencia y desarrollar un análisis FODA (fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas). Incluye las principales características del negocio, la situación política, social y económica del sector al que pertenece el

Prof. Ing. Agr. JULIO RENE PANIAGUA P.
Mat. Prof. N° [illegible]

emprendimiento, las características del público objetivo y las características positivas y negativas de la competencia.

El marketing estratégico varía dependiendo del tipo de negocio y de cuáles son los objetivos empresariales y de marketing a corto y a largo plazo. Para poder definir las estrategias de marketing que se pondrán en marcha se debe tener en cuenta los objetivos marcados y la forma de conseguirlos. Para empezar, se debe definir cuál es la mayor ventaja competitiva y qué opción estratégica de crecimiento se quiere elegir (por ejemplo, de diferenciación, penetración del mercado, lanzamiento de un producto, etc.).

El marketing operativo se centra en el producto, el precio, la distribución (punto de venta) y la comunicación (promoción). No obstante, para llevar a cabo un plan de marketing se deben contemplar los siguientes puntos: (1) Política de producto, especificar el producto genérico de la marca, sus sistemas de producción y aprovisionamiento, identifica si necesita productos o servicios complementarios y describe la elección del empaquetado y los sistemas de embalaje, así como el nivel de costos; (2) Política de precios, emplear el precio como herramienta de posicionamiento, realizar pruebas y simulaciones de precio, fijar los niveles de precio de venta al público, estructurar los márgenes frente al costo, prever márgenes para diferentes canales de distribución, promociones y descuentos; (3) Política de distribución, explicar los motivos de la elección de los canales de distribución y la estrategia empleada para ello, establecer una valoración ponderada de lo que se necesita o espera del producto y de los canales de distribución, además de determinar los niveles, la ubicación y los costos de la existencia, así como los sistemas de aprovisionamiento; (4) Política de ventas y organización comercial, fijar pormenorizadamente los objetivos de ventas a corto y medio plazo, determinar la estructura de ventas necesaria, crear el argumentario de ventas, identificar elementos de apoyo a las ventas (ofertas, promociones, etc.), calcular el costo de las ventas; (5) Política de comunicación, fijar los objetivos básicos de comunicación y la estrategia global de comunicación, dividir las diferentes propuestas y acciones de marketing a desarrollar.

B) PLAN DE TRABAJO

La consultoría tendrá una duración de cuatro meses contados desde la recepción de la orden de servicio. El lugar y horario de prestación del servicio será en las instalaciones de la convocante y en las oficinas del consultor de 08:00 a 15:00 horas, como mínimo.

Prof. Ing. Agr. JULIO RENAN PANIAGUA A.
Mat. Prof. Nº 530

DETALLE DE LOS PLAZOS DEL ENTREGA DE LOS PRODUCTOS	
PRODUCTO	**PLAZO DE CUMPLIMIENTO DE LOS SERVICIOS**
1. ANÁLISIS DE MERCADO	
Entrega y aprobación del Plan de Trabajo	Dentro de los treinta (30) días calendario, posterior a la recepción efectiva de la Nota de Inicio del Servicio de la consultoría
Entrega del Informe de Avance	Dentro de los sesenta (60) días calendario, posterior a la aprobación del Plan de Trabajo presentado.
Entrega de Informe Final	Dentro de los ciento veinte (120) días calendario, posterior a la aprobación del Informe de Avance presentado.
2. PLAN DE MARKETING	
Entrega y aprobación del Plan de Trabajo	Dentro de los treinta (30) días calendario, posterior a la recepción efectiva de la Nota de Inicio del Servicio de la consultoría
Entrega del Informe de Avance	Dentro de los sesenta (60) días calendario, posterior a la aprobación del Plan de Trabajo presentado.
Entrega de Informe Final	Dentro de los ciento veinte (120) días calendario, posterior a la aprobación del Informe de Avance presentado.

En total se tienen dos productos finales a ser entregados, que se listan a continuación:

1. Informe Final de *Análisis de mercado.*
2. Informe Final de *Plan de marketing.*

c) *Organización y Dotación de Personal*

El consultor fue puntualizado en el apartado correspondiente en los términos de referencia. El auxiliar técnico será contratado para la realización del trabajo de levantamiento de datos y deberá contar con título de grado universitario en carreras de Ciencias Agrarias.

Prof. Ing. Agr. JULIO RENAN PANIAGUA A.
Mat. Prof. Nº 530

COMPOSICIÓN DEL EQUIPO Y ASIGNACIÓN DE RESPONSABILIDADES

Personal Profesional			
Nombre del personal	Área de Especialidad	Cargo asignado	Actividad asignada
JULIO RENAN PANIAGUA ALCARAZ	**CIENCIAS AGRARIAS**	**CONSULTOR**	Realizar tareas de investigación con referencia a la preparación de los productos y procesos para el análisis de mercado y el plan de marketing de mudas libres de virus. Elaborar y diseñar los informes finales de cada producto. Realizar actividades que permitan obtener la información técnica necesaria enfocada en los productos de la consultoría.
PAULA ALEJANDRA PANIAGUA RODAS	**CIENCIAS AGRARIAS**	**AUXILIAR TÉCNICO**	Revisión de literatura relacionadas con los objetivos de la consultoría, junto con el consultor. Entrevistas con autores clave de la institución y terceros relacionados a la consultoría, junto con el consultor.

CALENDARIO DE ACTIVIDADES DEL PERSONAL

	Nombre del personal	Contribución del personal (en un gráfico de barras)													Total de la contribución persona-meses		
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	n	Sede	Campo	Total
Extranjero																	
1																	
Local																	
1	JULIO RENAN PANIAGUA ALCARAZ														290		480
																190	
3	PAULA ALEJANDRA PANIAGUA RODAS														290		480
																190	

Tiempo completo
Tiempo parcial

Prof. Ing. Agr. JULIO RENAN PANIAGUA ALCARAZ
Mat. Prof. Nº 530

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

N°	Actividad	Meses			
		1	2	3	4
1	**Análisis de mercado**				
	Análisis del entorno general (macroentorno)	■			
	Análisis del entorno sectorial (microentorno)	■			
	Análisis del entorno interno	■			
	Investigación de mercado		■		
	Entrega de Informe de Avance del Producto consignado en el presente ítem de Análisis de mercado		■		
	Aprobación del informe de avance por la contratante		■		
	Ajustes del informe de avance			■	
	Entrega del Informe Final del Producto consignado en el presente ítem de Análisis de mercado				■
	Aprobación del informe final por parte de la contratista				■
2	**Plan de marketing**				
	Marketing analítico	■			
	Marketing estratégico	■			
	Marketing operativo		■		
	Entrega de Informe de Avance del Producto consignado en el presente ítem de Plan de Marketing		■		
	Aprobación del informe de avance por la contratante		■		
	Ajustes del informe de avance			■	
	Entrega del Informe Final del Producto consignado en el presente ítem de Plan de Marketing				■
	Aprobación del informe final por parte de la contratista				■

Prof. Ing. Agr. [illegible] MAGUA
Mat. Prof. N° 530