

## **APORTE DEL NEC**

### **B.- INFORMACION ESPECIALIZADA DE ACUERDO AL SIGUIENTE CONTENIDO:**

#### **1.- INTRODUCCION**

Dentro del mundo de los negocios y, de las organizaciones en general, la "Inteligencia de Negocios", es un concepto respaldado por una nueva manera de hacer las cosas, gracias a los avances de los Sistemas de Información y de las Tecnologías de Información.

La información es un factor crítico para el éxito empresarial, una información cada día más abundante y diversa, procedente de múltiples fuentes, que nos llega en diferentes formatos, que hay que recoger, ordenar, explotar, y manipular para obtener un valor añadido, forma parte de la estrategia competitiva de las organizaciones.

El uso de la información como un arma estratégica, con soporte de herramientas informáticas, conteniendo aplicaciones analíticas, que ayudan a las organizaciones a maximizar su rendimiento en los negocios, generando la eficiencia operativa, ello, forma parte de la Inteligencia del Negocio. Así mismo, la Gestión de Conocimiento ayuda a obtener mayor comprensión y entendimiento del entorno y de los procesos desde la propia experiencia en las personas y organizaciones.

Hoy en día las empresas manejan una gran variedad de iniciativas para alcanzar sus objetivos, bajo la influencia de 5 elementos fundamentales: Velocidad de cambio, innovación de nuevos modelos de negocio, nuevas estructuras de relaciones entre las empresas, sus clientes y asociados, la conectividad de personas, organizaciones y países, y el valor del conocimiento residente en la empresa .

Esto da lugar a una nueva economía digital, donde las compañías que mejor entiendan e incorporen dichos elementos a su cultura empresarial, serán las que obtengan una posición de liderazgo.

Si la información de una empresa no es administrada adecuadamente y no está disponible para su uso en el momento adecuado, puede perder todo valor ante el proceso de toma de decisiones. Esto hace evidente la necesidad de procesos y herramientas que faciliten el manejo e interpretación de los datos que arrojan los sistemas de operación y producción.

El grado de internacionalización en las relaciones económicas y sociales y la creciente influencia de los avances tecnológicos, son algunas de las causas por las que las organizaciones deben desarrollar la "habilidad" de adaptación a los cambios en los entornos.

La Inteligencia de Negocios radica en la competencia para tomar decisiones, para enfoques dinámicos de los problemas y oportunidades y para desarrollar los recursos y capacidades internas de la organización. Generar cambios estratégicos construidos con los recursos de la organización, para desarrollar una organización más flexible y dinámica, con el apoyo de las tecnologías para la toma de decisiones y la intervención de los expertos del negocio. Es

importante entender que las herramientas de soporte para la toma de decisiones, es eso, herramientas, y que la selección y uso, simplifican muchas operaciones y procesos en el negocio, pero que los tomadores de decisiones son la piedra angular en el negocio.

Factores a tomar en cuenta, en mayor o menor grado, como son la velocidad de cambio, innovación de nuevos modelos de negocio, nuevas estructuras de relaciones entre las empresas, sus clientes y asociados, la conectividad de personas, organizaciones y países, y el valor del conocimiento residente en la empresa; su conocimiento y habilidades y el uso de sistemas inteligentes para la toma de decisiones, a esta integración se le denomina Inteligencia del Negocio, que genera ventajas competitivas.

La información especializada se desarrollara bajo los lineamientos de los mecanismos del BUSSINES INTELIGENCE (INTELIGENCIA DE NEGOCIOS), el ejecutor deberá estar capacitado y tener la experiencia del caso en este tipo de investigación.

Las organizaciones dependen de sus clientes y, por lo tanto, deben conocer, comprender, interpretar, mantener y complacer las demandas actuales y futuras de sus clientes, satisfacer los requisitos de los dueños del negocio y esforzarse en sorprenderlos y deleitarlos con superaciones positivas e inteligentes de dichas expectativas, las expectativas de los clientes, la confiabilidad y los bajos precios son unos de los valores mas deseados por los clientes hoy en día.

## **2.- DATOS GENERALES DE LA EMPRESA O ASOCIACION**

### **- NOMBRE DE LA EMPRESA O ASOCIACION**

Razón social y/o nombre comercial.

### **- DESCRIPCION DEL NEGOCIO**

Ubicación geográfica, tipo de empresa o asociación, inscripción en registros públicos, nombre del representante legal de la organización.

Descripción de los aspectos legales que tiene que cumplir la asociación para realizar la venta del producto. (Análisis legal, conclusiones y recomendaciones)

Línea del negocio y descripción de la actividad económica (características más resaltantes, usos y costumbres de la zona)

## **2.1 DESARROLLO DE UN DIAGNOSTICO SITUACIONAL ACTUAL DE LOS PROBLEMAS Y LIMITANTES DE LA COMERCIALIZACION Y ARTICULACIÓN AL MERCADO DE LOS PRODUCTOS**

## **2.2 DESCRIPCION DE LOS PROCESOS PRODUCTIVOS**

## **CUY, PALTO, MELOCOTON Y DERIVADOS LACTEOS.**

La descripción expuesta tendrá por objeto identificar los problemas habidos en los procesos productivos, cantidad a producir para satisfacer el mercado propuesto, costos de producción y precios al consumidor, que en base en ella se corregirán las deficiencias de la producción.

### **3.-LINEAS DE INFORMACIÓN**

#### **3.1.- INFORMACIÓN DE MERCADO**

- 3.1.1. Identificación del mercado. Sondeo y Análisis de la Competencia por producto (precios, volumen, canales de venta, etc.)
- 3.1.2. Penetración en mercados competitivos; grado de penetración que se espera; Sondeo y Análisis de los canales de distribución y puntos de venta
- 3.1.3. Análisis de los productos por canales / punto de venta (como se va a distribuir y cuales son los puntos de venta)
- 3.1.4. Identificación de Segmentos de Mercados, Canales de distribución; Oferta y demanda del producto.
- 3.1.5. Estrategia de Marketing y Planes de Venta

El plan de marketing, y ventas debe de ser hecho en forma conjunta mediante una alianza estratégica con una empresa de publicidad o institución académica acreditada para ello.

#### **- DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIOS COMPLETO PARA CADA PROYECTO**

El proyecto debe de contener un Plan de Negocios para cada proyecto, de manera tal que se identifique al mercado, según línea de negocios, se conozca sus características – preferencias, volúmenes de consumo, precios, canales y puntos de venta – así como considerar la propuesta de nombre de la marca que debe llevar el producto como consecuencia de análisis y de un plan publicitario.

#### **- RETROALIMENTACIÓN DEL EJECUTOR A LA FINALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN ESPECIALIZADA.**

Esta retroalimentación tiene como objeto, el dar a conocer por parte del ejecutor de la información especializada, las orientaciones del proyecto y la

imagen objetivo del mismo, como calza con la imagen que la información especializada ha determinado.

### **3.2.- INFORMACIÓN DE OPERADORES COMERCIALES**

3.2.1. Análisis y Evaluación de Información comercial de operadores (Identificación – dirección, teléfono, e-mail, razón comercial -, volúmenes comercializados, experiencia en la línea de negocios, cartera de clientes, precios y condiciones de venta)

3.2.2. Análisis para la Estandarización de productos. Trámites – Municipales, DIGESA, Otros.

3.2.3. Diseño de la Presentación del Producto y Elaboración del Catálogos del producto (1WEB, 2 IMPRESOS)

**3.2.4.** Exportación según línea de negocios, calidades, volúmenes, precios.

La página Web para las cuatro líneas de negocio, deberá estar desarrollada en inglés y español como mínimo. La propiedad de la página es del NEC y/o en su defecto de FONCODES.

### **ANEXOS.-**

#### **CARTAS DE INTENCION DE COMPRA.**

Debe obtenerse la intención de compra en todas las líneas de negocios y con proformas de contratos.  
Exportación.

## ANEXO 01

### TERMINOS DE REFERENCIA DESARROLLO DE PRODUCTOS

#### 1. ORGANISMO CONVOCANTE

NEC RED FPM HUASCARAN.

#### 2. OBJETO

Convocar a personas jurídicas de servicio que realicen estudios de mercado, desarrollo de producto, marca e introducción para que puedan implementar un estudio de marketing.

#### 3. MONTO REFERENCIAL: (DESARROLLO DE CAPACIDADES PARA LA PRODUCCION Y COMERCIALIZACION

PROYECTO	MONTO
DE PALTOS EN CUSHIPAMPA.	3,100.00
DE CUYES EN MACASH.	3,100.00
DE PALTOS EN JIMBE - SALITRE.	3,100.00
PRODUCTIVIDAD DE LECHE EN LAS LOCALIDADES DE SHONCA Y CARHUAMARCA.	4,850.00
DE CUYES EN RACRATUMANCA.	2,060.00
DE CUYES EN PISHA.	2,060.00
DE CUYES EN PUCARA.	2,060.00
DE MELOCOTON HUAYCO ROJO EN CULLASHCUNCA.	3,100.00
DE CUYES EN NUNUNGA.	2,060.00
DE CUYES EN OCSHAPAMPA.	2,060.00
<b>TOTAL</b>	<b>27,550.00</b>

#### 4. FUENTES DE FINANCIAMIENTO

La presente convocatoria se realizará con fuente de financiamiento del BID-FONCODES- NEC.

#### 5. CALENDARIO PARA LA CONVOCATORIA

El calendario de convocatoria se indica en el formato N° 2.

#### 6. DE LOS POSTORES

- 6.1 Podrán intervenir como postores las ONG, Consultoras, Empresas, con experiencia en el objeto de la presente convocatoria.
- 6.2 LAS OBLIGACIONES DEL POSTOR

#### **A.1.- DEL JEFE DE EQUIPO.**

El ejecutor deberá acreditar como Jefe de Equipo de Consultores a un profesional en *Economía, Ingeniería Industrial o ramas afines*, con no menos de tres años de experiencia profesional internacional en consultoras de negocios internacionales y proyectos de impacto en mercados internacionales, con bases sólidas de estructuración moderna de mecanismos financieros y comerciales y capacidad para interactuar con organismos internacionales y multiculturales. El Jefe de Equipo deberá de acreditar al menos tres publicaciones internacionales relacionadas con economía de desarrollo, temas de desarrollo local y generación de negocios entre estado y empresa.

#### **A.2.- DE LAS ALIANZAS ESTRATEGICAS DEL EJECUTOR:**

El ejecutor deberá, para la ejecución de este servicio, de poseer una alianza estratégica con una empresa y /o institución académica de no menos de diez años de antigüedad, especializada en publicidad, mercado y comercio internacional que asegure que las intervenciones en este sector sean efectivas.

#### **A.3.- DE LOS COMPROMISOS POST-INFORMACION ESPECIALIZADA.**

El Ejecutor deberá de comprometerse a mantener durante el periodo del proyecto el mantenimiento y actualización de la página Web, para ello el ejecutor deberá de acreditar como personal de planta y de apoyo a un Ingeniero Informático, con no menos de tres años de especialización en elaboración de páginas Web y mantenimiento de las mismas.

Asimismo el ejecutor se deberá comprometer a lograr la publicación de los productos de información especializada en medios de comunicación escritos y electrónicos nacionales e internacionales, que permitan y aseguren llamar la atención del impacto generado por el proyecto en mercados de alta exigencia.

#### **A.4. DE LAS EXPOSICIONES PARCIALES SOBRE LOS AVANCES DE INFORMACION ESPECIALIZADA**

El ejecutor se compromete a realizar presentaciones mensuales, sobre los avances de la información especializada. Estos informes deberán de contener los hallazgos y retroalimentar las orientaciones del proyecto.

#### **A.5. DOCUMENTOS A PRESENTARSE PARA LA EVALUACION.**

- \* Curriculum Documentado con foto actualizada de los consultores y Títulos profesionales legalizados.
- , \* Contenido de los temas a desarrollar.
- \* Cronograma valorizado
- \* Plan De Acción
- \* Formatos 2 y 3
- \* Y Otros Que Crea Conveniente