

TÉRMINOS DE REFERENCIA

Estudio de Mercado para la Línea Productiva de Aguacate Hass en el Departamentos Huila y Tolima

Introducción

El aguacate Hass se ha consolidado como uno de los principales productos agrícolas de exportación en Colombia, y el departamento del Tolima posee condiciones agroclimáticas privilegiadas para su cultivo. En los últimos años, el Tolima ha presentado una producción destacada con más de 62.586 toneladas de esta variedad entre 2020 y 2023. A pesar de ello, la cadena de valor enfrenta limitaciones estructurales en infraestructura postcosecha, transformación agroindustrial, certificaciones, asociatividad y acceso a mercados internacionales. En el departamento del Huila, el crecimiento del cultivo ha sido exponencial, pasando de 11.292 toneladas en 2020 a 31.759 toneladas en 2023, lo cual representa un incremento del 281%.

No obstante, el acceso a mercados diferenciados sigue siendo limitado debido a brechas en infraestructura, logística, certificaciones, transformación y organización de los productores. En este contexto, se hace necesaria la elaboración de un estudio de mercado que permita identificar oportunidades de comercialización nacionales e internacionales, así como diseñar estrategias para consolidar al aguacate en los departamentos de Huila y Tolima como producto competitivo y sostenible.

Con el propósito de fortalecer la comercialización de esta línea productiva, se hace necesaria la elaboración de un estudio de mercado que identifique oportunidades comerciales nacionales e internacionales, y que oriente la planificación estratégica del proyecto Agrocadenas. Este estudio será un instrumento clave para cerrar brechas estructurales y potenciar la competitividad del aguacate tolimese, fomentando un desarrollo rural sostenible, con valor agregado y visión exportadora.

Parte 1. Marco de referencia para el estudio de mercado

Contexto del Proyecto Agrocadenas

El Proyecto **Agrocadenas**, implementado en convenio con el Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, La Agencia Italiana de Cooperación para el desarrollo - AICS y el Consorcio CISP – Venser, busca el fortalecimiento de cadenas productivas estratégicas a

través de intervenciones técnicas, organizativas y comerciales; que mejoren la competitividad de los pequeños y medianos productores en Colombia. Su propósito es dinamizar el desarrollo rural mediante la integración de eslabones productivos, el incremento del valor agregado, la mejora en el acceso a mercados y el cierre de brechas estructurales en los territorios.

En el caso de los departamentos de **Huila y Tolima**, el proyecto Agrocadenas prioriza el cultivo de aguacate Hass, como una línea productiva con alto potencial exportador, por las capacidades agroecológicas favorables de su territorio y la posibilidad de transformación agroindustrial de la fruta.

Justificación del Plan de Desarrollo línea productiva Aguacate Huila y Tolima.

El plan responde a una necesidad concreta de estructurar una hoja de ruta operativa para mejorar la calidad del producto, cerrar brechas técnicas y comerciales, e impulsar el acceso a mercados especializados.

El departamento del Tolima cuenta con 142.014 toneladas promedio de producción anual, destacando el potencial exportador y la necesidad de fortalecer la cadena productiva a través de una estrategia territorial.

En el departamento del Huila, se ha incrementado en un 281% la producción de aguacate Hass entre los 2020 y 2023, de acuerdo con el informe EVANs 2024, reflejando con ello una oportunidad concreta de consolidar esta línea productiva a nivel comercial y exportador. En el departamento persisten brechas identificadas como baja asistencia técnica, débil infraestructura postcosecha, bajos predios certificados en BPA, insuficiente transformación y comercialización del aguacate, que ameritan desarrollar acciones coordinadas y focalizadas

Pertinencia técnica del Plan de Desarrollo para el Proyecto Agrocadenas

- a. **Insumo directo para los Planes de Desarrollo de la línea en cada uno de los departamentos.** los planes, proveen una hoja de ruta clara y estructurada para la intervención en la cadena de aguacate, con fases operativas que incluyen diagnóstico, certificación BPA/Global GAP, fortalecimiento organizacional y estrategias comerciales. Esto permite que el proyecto Agrocadenas, utilice directamente este documento formulado y lo convierta en referente para la ejecución territorial y la asignación eficiente de los recursos.

- b. **Identificación de oportunidades de integración vertical.** En los planes, se identifican posibilidades claras de interrelación efectiva entre los eslabones primarios y secundarios de la cadena:
- Producción → postcosecha → transformación → comercialización.
 - Propuesta de adecuación de la planta priorizada para la generación de valor agregado (transformación en aceite, harina, guacamole).
 - Articulación de productores con operadores logísticos y exportadores para mejorar trazabilidad y calidad.
- c. **Fortalecimiento del acceso a mercados diferenciados.** El plan contempla la realización de las siguientes acciones:
- Elaboración de un **estudio de mercado** como insumo para orientar la comercialización estratégica del aguacate.
 - Participación en **jornadas de activación de producto y eventos comerciales** nacionales e internacionales.
 - Implementación de estrategias de **marketing territorial y marca colectiva**, diferenciando el aguacate tolimense en los mercados internacionales.
- d. **Identificación de brechas para diseño de intervenciones técnicas y de valor agregado.** El diagnóstico incluido en el plan revela que el sector aguacatero de los departamentos de Huila y Tolima se caracteriza por:
- Bajo nivel de certificaciones BPA y Global GAP.
 - Infraestructura deficiente en unidades de acopio, manejo postcosecha y centros de transformación.
 - Organizaciones de productores con capacidades limitadas en gestión, comercialización y gobernanza.
 - Necesidad de implementar Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y normas INVIMA para las plantas de transformación.

Este análisis permite al Proyecto Agrocadenas, focalizar sus intervenciones en las siguientes líneas de acción:

- Capacitación técnica.
- Certificación de predios y procesos de manufactura.
- Fortalecimiento organizacional.
- Inversión en infraestructura de transformación y centros logísticos de acopio.
- Acompañamiento en la implementación de estrategias de acceso a mercados y de BPA y BPM.

Los Planes de Desarrollo de Aguacate en Huila y Tolima, se alinea completamente con la lógica intervención del Proyecto Agrocadenas, al ofrecer un marco técnico y operativo integral para el fortalecimiento de la cadena productiva. Este documento, más allá de una planeación interna del Consorcio CISP – Venser, para desarrollar la línea productiva del

aguacate, se convierte en un instrumento operativo estratégico, para articular esfuerzos institucionales, focalizar inversiones, promover el desarrollo rural sostenible y posicionar los departamentos, como actores clave en el mercado nacional e internacional del aguacate.

Interrelación entre las fases II, III y IV del proyecto.

FASE II – Implementación del plan de desarrollo para la certificación en BPA. Esta fase se articula con el estudio de mercado de la siguiente manera:

- El estudio identifica **exigencias comerciales y técnicas** de los mercados objetivo (nacionales e internacionales), lo cual sirve de **insumo técnico para orientar los procesos de certificación en BPA y Global GAP.**
- Define los **requisitos fitosanitarios, trazabilidad, calidad e inocuidad** exigidos por compradores internacionales, permitiendo enfocar la **asistencia técnica predial contemplada en el proyecto** hacia esos estándares de mercado.
- Apoya la priorización de productores con **potencial exportador**, de acuerdo con la caracterización productiva y los canales comerciales definidos.

FASE III – Implementación en el eslabón secundario: transformación y valor agregado. Esta fase se interrelaciona con el estudio de mercado de la siguiente manera:

- El estudio incluye un componente de **análisis de diversificación de productos** derivados del aguacate (aceite, pulpa, cosméticos, etc.) y sus oportunidades comerciales, lo que fundamenta el diseño de la estrategia de transformación.
- Orienta las inversiones en infraestructura y tecnología para las plantas de transformación, en función de los **productos con mayor demanda y rentabilidad proyectada.**
- Identifica nichos de mercado y requerimientos para productos con valor agregado, aportando datos clave para el diseño de protocolos y adecuación de las plantas.

La planta Armero Guayabal no solo se adecúa técnicamente, sino también **estratégicamente para competir con productos diferenciados**, con posibilidades reales de colocación en mercados especializados.

FASE IV – Implementación de estrategias de marketing y comercialización. Esta fase se interrelaciona con el estudio de mercado de la siguiente manera:

- Es el **eje central de esta fase**. El estudio entrega una **hoja de ruta comercial** con mercados priorizados, perfiles de compradores, márgenes estimados y estrategias de promoción del aguacate tolimense.
- Provee los insumos para diseñar campañas de marketing, **activaciones de producto**, participación en ferias y creación de marca colectiva.
- Permite **alinearse a las organizaciones de productores con mercados específicos**, brindándoles herramientas para mejorar sus prácticas comerciales, presentación del producto y negociación.

El estudio de mercado no es un componente aislado, sino un **instrumento articulador que guía técnica y comercialmente las fases clave del proyecto**. Su interrelación con las fases II, III y IV garantiza que:

- La **certificación** (Fase II) responda a los mercados reales.
- La **transformación** (Fase III) se oriente hacia productos con demanda y rentabilidad.
- La **comercialización** (Fase IV) tenga una base estratégica, evitando la improvisación y reduciendo intermediarios.

Parte 2. TDR para el estudio de mercado Línea productiva Aguacate

Objetivo General de estudio de mercado

Realizar un estudio de mercado para los departamentos de Huila y Tolima que permita caracterizar la demanda, analizar las tendencias del mercado nacional e internacional, identificar canales de comercialización viables y formular estrategias de comercialización, que fortalezcan la competitividad de la línea productiva del aguacate en el departamento, poniendo especialmente en los municipios priorizados por el proyecto Agrocadenas.

Objetivos Específicos

1. Analizar la demanda nacional e internacional del aguacate Hass y sus derivados.
2. Identificar canales de comercialización Sostenibles
3. Evaluar requisitos técnicos, logísticos y normativos de mercados exigentes.
4. Evaluar las condiciones de acceso a mercados exigentes (certificaciones, normas, logística).
5. Diagnosticar brechas y oportunidades comerciales por subregión del departamento.
6. Proponer rutas de comercialización y estrategias de valor agregado para organizaciones de productores.

Alcance del estudio de mercado

- Análisis de mercados nacionales mayoristas, institucionales y de exportación. (Europa, Estados Unidos, Asia).

- Diagnóstico de la oferta actual en El Tolima especialmente en los municipios priorizados por el proyecto. El diagnóstico se hará en torno a producción, volúmenes, asociaciones, infraestructura y certificaciones, en especial el diagnóstico de la oferta deberá hacerse en los cinco corredores productivos priorizados (Cordillera Norte, Norte Plan, Sur, Cajamarca y Roncesvalles–Rovira).
- Identificación de brechas comerciales, logísticas y organizativas en el departamento y municipios priorizados.
- La población objetivo serán productores organizados o en proceso de asociarse, organizaciones con potencial exportador y actores del eslabón secundario en el departamento.
- Formulación de recomendaciones para la consolidación de estrategias de comercialización a corto, mediano y largo plazo.
- Formulación de estrategias para el aprovechamiento de la planta Armero Guayabal.
- Inclusión de enfoque diferencial (mujeres rurales, jóvenes, comunidades étnicas).

Estructura Metodológica del estudio de mercado por fases

FASE 1. Alistamiento y planeación del estudio de mercado

Objetivo. Establecer las bases técnicas, metodológicas y operativas del estudio.

Esta fase contempla la realización de las siguientes actividades:

- 1.1 Revisión de antecedentes y documentos estratégicos (PDEA, Planes de Desarrollo Departamental, estudios de línea productiva del aguacate.
- 1.2. Definición de objetivos específicos del estudio y alcance territorial.
- 1.3. Diseño metodológico, consulta de fuentes primarias y secundarias, técnicas de recolección de información.
- 1.4. Identificación de actores clave para entrevistas, encuestas y grupos focales.
- 1.5. Elaboración del cronograma de trabajo.
- 1.6. Aprobación técnica de la propuesta metodológica por parte de los profesionales del Consorcio CISP - Venser

Producto. Documento metodológico del estudio.

FASE 2. Diagnóstico de la oferta local y caracterización del territorio

Objetivo. conocer la situación actual de la producción y organización del aguacate en Huila y Tolima.

Esta fase contempla la realización de las siguientes actividades:

- 2.1. Caracterización de productores, áreas sembradas, rendimientos y niveles de tecnificación.
- 2.2. Análisis de infraestructura postcosecha y capacidades de transformación local.
- 2.3. Identificación de asociaciones, niveles de asociatividad y capacidades comerciales.
- 2.4. Mapeo de actores de la cadena en el departamento (productores, acopiadores, exportadores).
- 2.5. Revisión de rutas logísticas y costos asociados.

Producto: Informe técnico de oferta local y capacidades instaladas.

FASE 3. Análisis de la demanda nacional e internacional

Objetivo. Identificar tendencias, precios, estacionalidades y requisitos de calidad en los mercados objetivo.

Esta fase contempla la realización de las siguientes actividades:

- 3.1. Análisis del consumo interno de aguacate Hass y otras variedades en Colombia.
- 3.2. Análisis de exportaciones (volúmenes, destinos, precios, barreras).
- 3.3. Estudio de tendencias globales (EE.UU., Europa, Medio Oriente, Asia).
- 3.4. Requisitos de ingreso a mercados (certificaciones, trazabilidad, empaques).
- 3.5. Identificación de compradores potenciales, ferias y plataformas comerciales.
- 3.6. Benchmarking (proceso de comparación sistemática), de competidores: México, Perú, Chile, Kenia.

Producto. Informe de caracterización de mercados y tendencias comerciales.

FASE 4. Evaluación de canales de comercialización

Objetivo. Identificar y valorar los canales existentes y potenciales de comercialización para el aguacate tolimense.

Esta fase contempla la realización de las siguientes actividades:

- 4.1. Análisis de canales de venta utilizados ya sean locales, regionales, mayoristas, institucionales.
- 4.2. Evaluación de eficiencia de los canales en relación con márgenes, intermediación, tiempos y volúmenes.
- 4.3. Estudio de casos de modelos exitosos en Colombia y otros países.
- 4.4. Identificación de oportunidades para integración vertical y acceso directo a mercados.

Producto. Matriz comparativa de canales de comercialización y ruta estratégica por perfil de productor.

FASE 5. Identificación de brechas y oportunidades

Objetivo. Determinar los factores limitantes y potenciales para mejorar la comercialización y competitividad del aguacate.

Esta fase contempla la realización de las siguientes actividades:

- 5.1. Análisis de brechas en infraestructura comercial y transformación.
- 5.2. Diagnóstico de necesidades de asistencia técnica y certificaciones.
- 5.3. Identificación de factores críticos de éxito en acceso a mercados.
- 5.4. Evaluación de capacidades organizacionales de los grupos asociativos.
- 5.5. Sistematización de oportunidades de mercado por las subregiones más productoras de aguacate.

Producto. Documento de brechas y oportunidades para intervención.

FASE 6. Formulación de estrategias de mercado

Objetivo. Proponer líneas de acción y modelos de intervención para fortalecer la comercialización.

Esta fase contempla la realización de las siguientes actividades:

- 6.1. Diseño de rutas comerciales diferenciadas por tipo de productor (pequeño, mediano, transformador).
- 6.2. Propuesta de marca colectiva o sello de origen (si aplica).
- 6.3. Estrategias para posicionamiento nacional e internacional del aguacate en Huila y Tolima.
- 6.4. Recomendaciones para alianzas comerciales público-privadas.
- 6.5. Línea base para estructurar proyectos de acceso a mercados.

Producto. Plan estratégico de acceso a mercados para el aguacate en Huila y Tolima.

FASE 7. Socialización y validación del estudio

Objetivo. Acompañar a las organizaciones en la apropiación del estudio y su utilidad como herramienta de planificación.

Esta fase contempla la realización de las siguientes actividades:

- 7.1. Presentación de resultados ante actores clave (asociaciones, gremios, institucionalidad).
- 7.2. Talleres de validación con productores, técnicos y asociaciones.
- 7.3. Recopilación de aportes y ajustes finales.
- 7.4. Entrega final del estudio y su versión ejecutiva.

Producto: Informe final del estudio de mercado validado y aprobado.

Productos esperados del estudio de mercado

- Documento metodológico y cronograma del estudio.
- Diagnóstico técnico de la oferta local.
- Informe de análisis de demanda y mercados.
- Matriz de canales comerciales y modelos de negocio.
- Documento de brechas y oportunidades.
- Plan estratégico comercial- Estrategias de acceso a mercados (locales e internacionales)
- Informe final con recomendaciones operativas.
- Presentación ejecutiva para gestión institucional.

Indicadores del estudio de mercado

Indicadores de Resultados

Número de productores beneficiados con información de mercado

- **Indicador.** Número de productores que acceden a información estratégica del estudio de mercado para la toma de decisiones comerciales.
- **Meta esperada:** 480 productores vinculados a asociaciones en los departamentos de Huila y Tolima, distribuidos de la siguiente forma:
 - 80 productores vinculados a asociaciones intervenidas por el Proyecto Agrocadenas en el Huila
 - 400 productores vinculados a asociaciones intervenidas por el Proyecto Agrocadenas en Tolima.
- **Fuente de verificación.** Registros de socialización del estudio, bases de datos de asociaciones y actas de talleres de validación.

Proyección de mercados priorizados para el aguacate en Huila y Tolima

- **Indicador.** Número de mercados nacionales e internacionales priorizados como resultado del análisis de demanda.
- **Meta esperada:** 2 mercados priorizados, con rutas de ingreso, requisitos técnicos y perfiles de comprador identificados

- **Fuente de verificación.** Informe final del estudio de mercado; anexos técnicos de caracterización de demanda.

Volumen de producción identificado con potencial exportador

- **Indicador:** Toneladas de aguacate Hass estimadas con condiciones de calidad y trazabilidad para exportación.
- **Meta esperada:** 2.500 toneladas con potencial exportador identificadas y georreferenciadas en predios con certificación o ruta de certificación en curso (BPA, Global GAP).
- **Fuente de verificación:** Base de datos de caracterización predial, diagnóstico productivo y análisis de brechas del estudio.

Metas de diversificación productiva (transformación y valor agregado)

- **Indicador.** Número de líneas de producto diferenciadas o transformadas con potencial comercial identificado.
- **Meta esperada.** 2 líneas de diversificación comercial viables, tales como:
 - Aceite de aguacate
 - Guacamole empacado
 - Harina de semilla de aguacate
 - Cosméticos naturales
 - Aguacate en conserva o mínimamente procesado (IV gama)
- **Fuente de verificación.** Resultados del estudio de mercado; planes de intervención del eslabón secundario; ficha de planta priorizada.

Número de organizaciones con hoja de ruta comercial post-estudio

- **Indicador.** Organizaciones que adoptan estrategias del estudio como parte de sus planes comerciales.
- **Meta esperada.** 10 organizaciones con hoja de ruta comercial ajustada según resultados del estudio.
- **Fuente de verificación.** Planes de acción asociativos, actas de adopción, seguimiento técnico del proyecto.

Indicadores de Impacto a Mediano Plazo

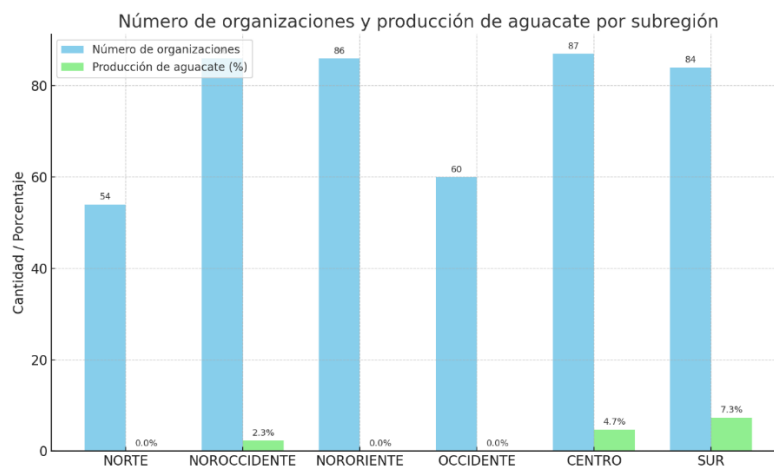
- **Indicador.** Número de organizaciones de productores que logran formalizar acuerdos comerciales sostenibles
- **Unidad de medida:** Número de organizaciones
- **Meta a mediano plazo (3-5 años).** Al menos 20 organizaciones con acuerdos formales documentados con compradores nacionales o internacionales.

- **Indicador.** Incremento porcentual del ingreso promedio por ventas directas de los pequeños y medianos productores beneficiarios.
- **Unidad de medida.** % de incremento del ingreso mensual o anual
- **Meta a mediano plazo.** Aumento del 25% en los ingresos provenientes de la venta directa en mercados locales, nacionales o de exportación.
- **Indicador.** Reducción del número de intermediarios en la cadena de comercialización del aguacate Hass
- **Unidad de medida.** Número promedio de intermediarios por transacción comercial
- **Meta a mediano plazo.** Reducción del 40% en la participación de intermediarios, mediante venta directa o a través de alianzas estratégicas.
- **Indicador.** Porcentaje de organizaciones intervenidas que acceden a nuevos mercados (nacionales e internacionales)
- **Unidad de medida.** % de organizaciones
- **Meta a mediano plazo.** Al menos el 50% de las organizaciones intervenidas acceden a mercados nuevos o más exigentes, como resultado del estudio de mercado y acompañamiento técnico.
- **Indicador.** Número de organizaciones que fortalecen sus capacidades en gobernanza y gestión comercial a partir de los resultados del Índice ICO
- **Unidad de medida.** Número de organizaciones con mejora en el puntaje ICO
- **Meta a mediano plazo.** Al menos 15 organizaciones con mejora superior al 30% en su calificación ICO en componentes de comercialización y gobernanza.

Organizaciones asociativas se beneficiarían directamente.

La Federación de Productores de Aguacate del Tolima (Paltolima) y la planta empacadora de Armero Guayabal, han sido clave para avanzar en los procesos de exportación, especialmente hacia mercados como España, Países Bajos, Francia, Japón y Estados Unidos; sin embargo, se requiere fortalecer su capacidad operativa y ampliar su cobertura.

La región SUR, en el departamento del Huila presenta la mayor participación en la producción de aguacate (7,3%), también cuenta con una base organizativa sólida, representando el 18,38% del total de organizaciones. Esta coincidencia sugiere que la presencia de organizaciones podría estar favoreciendo el desarrollo de este cultivo, al facilitar procesos de capacitación, acceso a insumos, comercialización y mejora tecnológica. No obstante, existe margen para seguir fortaleciendo la infraestructura organizativa, dado que regiones como la Centro, presentan una mayor densidad de organizaciones.



Fuente: elaboración propia con información tomada de ASOCOOPH 2023

Inclusión de enfoque diferencial e inclusivo

El estudio de mercado deberá incorporar un enfoque diferencial e inclusivo, que permita visibilizar y reflejar las condiciones y necesidades específicas de pequeños productores, mujeres rurales, jóvenes, comunidades étnicas y asociaciones en condiciones de vulnerabilidad.

Se priorizará la participación activa de estos grupos durante la recolección de información, el análisis territorial y la formulación de estrategias comerciales, con el fin de garantizar que las recomendaciones del estudio promuevan la equidad, la inclusión y el acceso justo a las oportunidades de mercado, en coherencia con los principios del Proyecto Agrocadenas y las políticas públicas de desarrollo rural con enfoque territorial.

Contribución del estudio de mercado a la competitividad sostenible en los departamentos de Huila y Tolima

El estudio de mercado del aguacate Hass en los departamentos de Huila y Tolima, será un instrumento clave para impulsar la competitividad sostenible de los territorios, ya que permitirá articular la oferta productiva con la demanda del mercado, bajo criterios técnicos, sociales, económicos y ambientales. A continuación, se describen los principales aportes estratégicos del estudio a la competitividad territorial sostenible:

Planificación productiva basada en la demanda.

Mejora la rentabilidad de los productores y la eficiencia del uso del suelo agrícola ya que: alinea la producción con las oportunidades reales de mercado, evitando la sobreoferta y los ciclos de precios bajos; focaliza los esfuerzos en variedades, calidades y momentos de

cosecha que tengan mayor valor comercial y establece rutas de comercialización rentables y sostenibles, reduciendo la dependencia de intermediarios y mercados informales.

Impulso a la transformación con valor agregado.

Plantea la diversificación económica local a través del aprovechamiento integral del fruto y mejora la generación de empleo rural no agrícola, ya que en el estudio de mercado se identifican productos derivados del aguacate con demanda creciente (aceite, cosméticos, guacamole, harina), orientando el desarrollo agroindustrial, a la vez que provee insumos para el diseño de plantas de transformación que sean técnica, económica y ambientalmente viables.

Acceso a mercados diferenciados y comercio justo.

Mejora los ingresos, fortalece la asociatividad y posiciona al territorio en mercados sostenibles; ya que el estudio define las exigencias normativas, sanitarias y de calidad de los mercados internacionales, y facilita que organizaciones de pequeños productores se insertan en cadenas de valor formales y éticas, mediante certificaciones como Global GAP, BPA o sellos orgánicos.

Reducción de brechas estructurales.

Cierre de brechas históricas y mayor equidad territorial entre subregiones de los departamentos, ya que el estudio expone las limitaciones logísticas, comerciales, organizativas y técnicas que afectan la competitividad territorial; además proporciona una base para el diseño de intervenciones focalizadas (infraestructura, asistencia técnica, crédito, marketing).

Fortalecimiento institucional y toma de decisiones informada.

Mejora la gobernanza rural y la articulación interinstitucional para el desarrollo territorial, debido a que genera un insumo técnico robusto para que entidades públicas y privadas **planifiquen mejor sus inversiones y políticas** y contribuye al diseño de planes de negocio,

Sostenibilidad ambiental y adaptación territorial.

Uso racional del territorio, protección de ecosistemas y reputación ambiental del aguacate tolimense, porque permite evaluar la **viabilidad de producción en territorios con condiciones agroecológicas adecuadas**, evitando expansión no planificada e incentivas prácticas sostenibles (certificación, rotación, reducción de agroquímicos) vinculadas a las exigencias del mercado.

Mapa preliminar del territorio priorizado

Identificados con la flecha verde, los municipios más productores de aguacate Hass en el departamento, los cuales corresponderían al área de influencia dónde se realizaría el estudio de mercado.

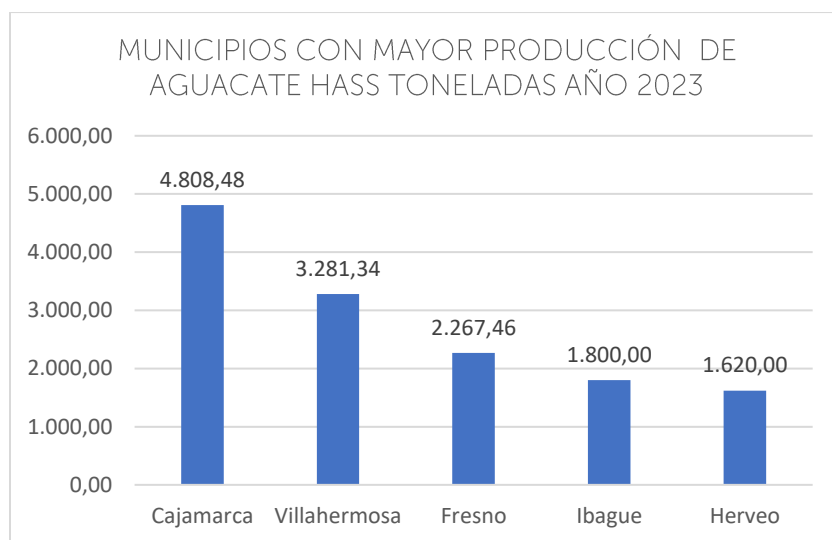


Posibles compradores/exportadores actuales de aguacate en El Huila

Departamento	Municipio	Línea productiva	Asociación
Huila	La argentina	Aguacate	AGUASUROCCI
Huila	Timaná	Aguacate	ASOFRUTI
Huila	Timaná	Aguacate	APAHASS
Huila	Timaná	Aguacate	ASOPROFUS
Huila	Saladoblanco	Aguacate	ASOFRUTI
Huila	Pitalito	Aguacate	ASOGUAPI
Huila	Oporapa	Aguacate	Asociación de Mujeres ahorradoras - Aroma de Mujer
Huila	Oporapa	Aguacate	Cooperativa Multiactiva Agropecuaria Regional San Roque

Departamento	Municipio	Línea productiva	Asociación
Huila	Oporapa	Aguacate	Grupo Asociativo Semillas de Oro
Huila	San Agustín	Aguacate	Asociación de Campesinos de La Vereda Argelia
Huila	San Agustín	Aguacate	ASOPASAC
Huila	San Agustín	Aguacate	ADOFRUTALES
Huila	Isnos	Aguacate	ASOMACOL

Municipios más productores de aguacate Hass Tolima



Elaboración fuente propia con información tomada de la UPRA informe Microanálisis Evaluaciones agropecuarias- EVAs 2024

Identificados con la flecha verde, los municipios más productores de aguacate Hass en el departamento, los cuales corresponderían al área de influencia dónde se realizaría el estudio de mercado.

Municipios mas productores de aguacate hass en el Tolima



Posibles compradores/exportadores actuales de aguacate en El Tolima

Razón Social de la empresa y/o Usuario Final	Municipio	Representante legal	Cargo
ASOCIACION INTEGRAL DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS AGRO AMBIENTAL	VILLAHERMOSA	JOSE PABON TELLEZ	PRESIDENTE
COOPERATIVA MULTIACTIVA AGROPECUARIA- AGROINDUSTRIAL DEL PARQUE NACIONAL DE LOS NEVADOS	CASABIANCA	JORGE ENRIQUE LONDOÑO VELOZA	PRESIDENTE
ASOCIACIÓN DE PEQUEÑOS PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE FRESNO-TOLIMA	FRESNO	DANIEL GRISALES RODRIGUEZ	PRESIDENTE
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE FRUTOS DE FRESNO TOLIMA	FRESNO	RODRIGO GARAVITO AGUILAR	PRESIDENTE
FRUPAL COOPERATIVA MULTIACTIVA DE AGRICULTORES DEL NORTE DEL TOLIMA	PALOCABILDO	LUIS HENRY JARAMILLO CARDONA	PRESIDENTE

Razón Social de la empresa y/o Usuario Final	Municipio	Representante legal	Cargo
ASOCIACIÓN AGROPECUARIA DE LAS AMÉRICAS DEL MUNICIPIO DEL LIBANO	LÍBANO	GENDRIS MEDINA LOMBANA	PRESIDENTE
ASOCIACION DE PRODUCTORES DE FRUTAS Y HORTALIZAS DE HERVEO TOLIMA	HERVEO	HECTOR ALIRIO ORTEGON VILLAMIL	PRESIDENTE
FEDERACION DE PRODUCTORES DE AGUACATE DEL TOLIMA	ARMERO GUAYABAL	GUSTAVO ALEXANDER MIRANDA ARISTIZABAL	PRESIDENTE
ASOCIACIÓN AGROPECUARIA FRUTOS DE LA CORDILLERA	ANZOATEGUI	SIMON SOLORZAN YARA	PRESIDENTE
ASOCIACIÓN DE AGUACATEROS DE CAJAMARCA Y EL DEPARTAMENTO DEL TOLIMA	CAJAMARCA	LUIS ALEXANDER BARRETO ABRIL	VICEPRESIDENTE
ASOCIACION DE PRODUCTORES DE FRUTAS ORGANICAS	MARIQUITA	RESTREPO FITZGERAL PATRICIA DEL SOCORRO	PRESIDENTA
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE AGUACATE DE ALVARADO	ALVARADO	MARCOS LOAIZA CRUZ	PRESIDENTE
ASOCIACION AVOCADOS COLOMBIA-EXPORT	LÍBANO	LUIS FERNANDO CASTILLO QUINTANA	PRESIDENTE
ASOCIACION DE PRODUCTORES DE FRUTOS DEL FRESNO TOLIMA"ASOFRUTOS"	GUSTAVO MIRANDA	5916562	3148217398-3166739057
PRECOOPERATIVA MULTIACTIVA DE PRODUCCION Y TRANSFORMACION Y VENTA DE PRODUCTOS AGROPECUARIOS DEL MUNICIPIO DE FRESNO "COODISTRIAGRO"	MAURICIO CHAVARRO	79428887	3204346424
FRUPAL COOPERATIVA MULTIACTIVA DE AGRICULTORES DEL NORTE DEL TOLIMA	SAMUEL PEREZ AROCA	93286298	3115919158
ASOAGUAPLAT	EDWIN PAZ	TOLIMA	3132691652
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE AGUACATE DE ALVARADO "APROAGUACATE"	YOBANY ZAMBRANO		3105700943
AGUACATEC	CAJAMARCA	TOLIMA	AGUACATE HASS

Razón Social de la empresa y/o Usuario Final	Municipio	Representante legal	Cargo
PRODUCTOR DE ABONOS ORGANICOS	GUILLERMO FARFAN	REPRESENTANTE LEGAL	
ALCALDIA DE ALVARADO	LUIS OVIDIO CESPEDES	REPRESENTANTE LEGAL	
APROALVARADO	MATILDE ANTIA RUIZ	REPRESENTANTE LEGAL	
SIN IDENTIFICAR	FLAYDEMIR CARVAJAL BERNAL	REPRESENTANTE LEGAL	
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE AGUACATE DE ALVARADO	JOVANY ZAMBRANO	REPRESENTANTE LEGAL	CRA 3 NO. 5-40 CENTRO
APROALVARADO - AGUACATE, PLATANO, PANELA	FLAIDEMIR CARVAJAL BERNAL	REPRESENTANTE LEGAL	
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE AGUACATE (APROAGUACATE)	<u>YOBANY ZAMBRANO</u>		
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE AGUACATE DE ALVARADO-TOLIMA APROAGUACATE	JOVANNI ZAMBRANO	PRESIDENTE	
ASOCIACIÓN ANZOÁTEGUNA DE AGUACATEROS- ANZOAGUACATE	SIMON SOLORZANO YARA		
SECRETARIO NACIOPNAL CADENA AGUACATE	RAFAEL CABRERA	REPRESENTANTE LEGAL	
ASOCIAICÓN DE AGUCATEROS DE CAJAMARCA	MANUEL AUGUSTO DE LA PAVA	REPRESENTANTE LEGAL	CLL 7 NO. 9-25 BARRIO CENTRO
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES Y COMERCIALIZADORES DE FRUTAS DEL SUR DEL TOLIMA ASOPROENSUR	LIBARDO ARCHILA	REPRESENTANTE LEGAL	VEREA SAN JOSÉ DE LAS HERMOSAS
SENA ESPINAL	PEDRO EDUARDO FONTAL	REPRESENTANTE LEGAL	
SENA ESPINAL	OSCAR TOQUICA	REPRESENTANTE LEGAL	
SENA ESPINAL	HUMBERTO GAMBA	REPRESENTANTE LEGAL	

Razón Social de la empresa y/o Usuario Final	Municipio	Representante legal	Cargo
CORPOICA	LORENZO PELAEZ	REPRESENTANTE LEGAL	
FALAN VEREDA LA LINDA	JOSE GIL CRUZ PARRA	REPRESENTANTE LEGAL	
VIVERO LA CAROLINA	LUIS JAUSEN PARRA	REPRESENTANTE LEGAL	
CPGA LOS NEVADOS	OLGA LORENA VALENCIA DAZA	REPRESENTANTE LEGAL	
PRODUCTOR FRESNO CNA	NORBERTO GRAJALES	REPRESENTANTE LEGAL	
ALCALDIA FRESNO	ORLANDO FRANCO	REPRESENTANTE LEGAL	
AGUACATES DEL NORTE FRESNO - AGUACATE HASS, CHOQUET, LORENA	NORBERTO GRAJALES	REPRESENTANTE LEGAL	
FINCA SAN MARTIN	JOSE G. CRUZ PARRA	REPRESENTANTE LEGAL	
ASFRUHER	LUIS EDUARDO ZAMBRANO	REPRESENTANTE LEGAL	
SDA PROGRAMA ALIMENTA BOGOTA	DARIO BELTRAN	REPRESENTANTE LEGAL	
SOLUCIONES AGROPECUARIAS	JORGE ELEICER PAVA G	REPRESENTANTE LEGAL	
EPSAGRO LIDERAZGO Y DESARRROLLO	JORGE ENRIQUE PALOMINO ANDRADE	REPRESENTANTE LEGAL	
COOFRUTOL	JHON JAIRO ALVAREZ	REPRESENTANTE LEGAL	
EPSAGRO ASIUT	LUIS MARIN ESCOBAR	REPRESENTANTE LEGAL	
CPT	MARCO FIDEL SALDAÑA	REPRESENTANTE LEGAL	
CCI	ORLANDO MORALES FERIA	REPRESENTANTE LEGAL	

Razón Social de la empresa y/o Usuario Final	Municipio	Representante legal	Cargo
ICA		REPRESENTANTE LEGAL	
SECRETARIA DE DESARROLLO AGROPECUARIO	JAIME EDUARDO REYES	REPRESENTANTE LEGAL	
BANCOAGRARIO	GIOVANNY RAMOS	REPRESENTANTE LEGAL	
FINAGRO	LUIS FERNADO GARIBELLO	REPRESENTANTE LEGAL	
CORTOLIMA	CONSUELO CARVAJAL	REPRESENTANTE LEGAL	
ASOPROLIBANO	JORGE SANCHEZ CORRE	REPRESENTANTE LEGAL	
ASOAGROPECUARIA	LUIS DANILO CASTILLO RINCON	REPRESENTANTE LEGAL	
ASOPROLIBANO	JORGE SANCHEZ CORREA	REPRESENTANTE LEGAL	
ASOCAMELIAS	ALDEMAR ANGARIA	REPRESENTANTE LEGAL	
CPGA VALLE DEL MAGDALENA	MAURICIO MOYA	REPRESENTANTE LEGAL	
SECRETARIO TECNICA CADENA FRUTAL TOLIMA	CONSUELO DIAZ	REPRESENTANTE LEGAL	
UMATA MARIQUITA	UBER VILLALBA	REPRESENTANTE LEGAL	
FRUPAL	SAMUEL PÉREZ AROCA	REPRESENTANTE LEGAL	
	CARLOS AYA	REPRESENTANTE LEGAL	
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGRÍCOLAS DE BERLÍN	EDWIN LEANDRO CANAS	REPRESENTANTE LEGAL	BERLÍN
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DEL SECTOR DE PUERTO SALDAÑA	JAIME TRUJILLO	REPRESENTANTE LEGAL	

Razón Social de la empresa y/o Usuario Final	Municipio	Representante legal	Cargo
COAGROCOL	JUAN PABLO SALAS	REPRESENTANTE LEGAL	
ASOPACAO	JHON EDISSON HERNANDEZ	REPRESENTANTE LEGAL	
ASOPACAO	WILSON MORENO AVILA	REPRESENTANTE LEGAL	
COAGROTOL	JUAN PABLO SALAS	REPRESENTANTE LEGAL	
COAGROTOL	JUAN PABLO SALAS	REPRESENTANTE LEGAL	
FRUTAS GODOY	GODOY GUILLERMO	REPRESENTANTE LEGAL	VEREDA CARACOLI CS 40
PRODUCTOR SAN LUIS	JORGE CIFUENTES PRADA	REPRESENTANTE LEGAL	
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES DE AGUACATE Y PLÁTANO	EDWIN PAZ CURREA	REPRESENTANTE LEGAL	VEREDA EL COROZO
AGROVENADILLO	JORGE ALEXANDER BONILLA	REPRESENTANTE LEGAL	
AGUACATEC	MANUEL DE LA PAVA	SOCIO	CARRERA 5 NO. 7-12
AGUACATEC	OSVALDO	SOCIO	
ASOCIACIÓN DE PRODUCTORES AGROPECUARIOS DE ATACO TOLIMA	HERMERELGILDO RODRIGUEZ		EL PAUJIL

Criterios de selección del consultor o entidad

El equipo consultor postulante deberá estar conformado por los siguientes perfiles:

Cargo /Rol	Perfil profesional
Coordinador general del estudio	Especialista en agronegocios / mercados
	Formación académica. Profesional en Administración de Empresas, Economía Agraria, Agronegocios, Ingeniería

	Agronómica o áreas afines. Deseable formación de posgrado en Agronegocios, Desarrollo Rural o Economía Agrícola. Experiencia laboral mínimo requerido. 3 años en proyectos relacionados con agronegocios, mercados agropecuarios y planificación estratégica. Experiencia específica. Mínimo 4 años liderando estudios de mercado para productos agrícolas, incluyendo experiencias con cooperación internacional. Experiencia en coordinación de equipos técnicos multidisciplinarios y elaboración de estrategias de comercialización rural. Experiencia previa en proyectos financiados por cooperación internacional. Capacidad de trabajo en campo (movilidad, cobertura, red de aliados).
Analista económico, canales y proyecciones	Economista agrícola o zootecnista
	Formación académica: Profesional en Economía Agrícola, Zootecnia, Economía o disciplinas afines, con conocimientos en análisis cuantitativo. Experiencia laboral mínimo requerido: 3 años en análisis económico agropecuario. Experiencia específica: Mínimo 2 años en análisis de costos de producción, rentabilidad, márgenes comerciales, modelos de proyección y estructuración de canales de comercialización. Experiencia previa en proyectos financiados por cooperación internacional. Capacidad de trabajo en campo (movilidad, cobertura, red de aliados).
Cargo /Rol	Perfil profesional
Diagnóstico productivo	Ingeniero agrónomo
	Formación académica: Profesional en Ingeniería Agronómica, deseable especialización en producción agrícola, agroecología o áreas afines.

	Experiencia laboral mínimo requerido: 4 años en el sector agrícola, especialmente en frutales. Experiencia específica: Al menos 2 años en diagnóstico predial, evaluación de prácticas agrícolas, identificación de brechas técnicas y formulación de planes de mejora productiva. Experiencia previa en proyectos financiados por cooperación internacional. Capacidad de trabajo en campo (movilidad, cobertura, red de aliados).
Requisitos normativos y rutas de exportación	Especialista en logística y exportaciones
	Formación académica: Profesional en Comercio Internacional, Negocios Internacionales, Ingeniería Industrial o afines, con especialización en Logística o Comercio Exterior. Experiencia laboral mínimo requerido: 4 años en logística y comercio internacional de productos agrícolas. Experiencia específica: Al menos 3 años en diseño de rutas de exportación, cumplimiento normativo (fitosanitario, BPA, Global GAP, INVIMA), trazabilidad, y gestión logística en procesos de exportación agropecuaria. Experiencia previa en proyectos financiados por cooperación internacional. Capacidad de trabajo en campo (movilidad, cobertura, red de aliados).
Identificación de potencial de valor agregado	Profesional en transformación agroindustrial
	Formación académica: Profesional en Ingeniería de Alimentos, Tecnología Agroindustrial, Agroindustria o áreas afines. Deseable posgrado en Innovación o Desarrollo de Productos. Experiencia laboral mínimo requerido: 4 años en el sector agroindustrial. Experiencia específica: Mínimo 2 años en diseño de productos derivados del aguacate, desarrollo de procesos de transformación y análisis de viabilidad técnica y comercial. Experiencia previa en proyectos financiados por cooperación internacional.

	Capacidad de trabajo en campo (movilidad, cobertura, red de aliados).
Cargo /Rol	Perfil profesional
Relacionamiento con organizaciones	Profesional en asociatividad
	Formación académica: Profesional en Sociología, Trabajo Social, Administración de Empresas, Desarrollo Rural o áreas afines. Deseable formación complementaria en fortalecimiento organizacional o gobernanza. Experiencia laboral mínimo requerido: 3 años trabajando con organizaciones de base, productores rurales o procesos participativos. Experiencia específica: Mínimo 2 años en fortalecimiento de asociaciones, planes de mejora organizativa, gobernanza y desarrollo de capacidades para acceso a mercados. Experiencia previa en proyectos financiados por cooperación internacional. Capacidad de trabajo en campo (movilidad, cobertura, red de aliados).

Requisitos de elegibilidad de la firma consultora o consultor independiente. La firma consultora o el consultor individual que se postule deberá cumplir con los siguientes requisitos mínimos para ser elegible:

Requisitos generales:

- Persona jurídica o natural legalmente constituida en Colombia, con capacidad para contratar con entidades del Estado o proyectos de cooperación internacional.
- Contar con experiencia demostrada en estudios de mercado agropecuario, agroindustrial o de cadenas productivas, con enfoque territorial.
- Tener disponibilidad para realizar trabajo de campo en el departamento del Tolima, incluyendo zonas rurales de difícil acceso.
- Contar con un equipo técnico multidisciplinario que cumpla con los perfiles requeridos (mínimo cuatro perfiles técnicos (coordinador, el agrónomo, profesional en transformación agroindustrial y el profesional social), de acuerdo a los detallados en estos TDR).
- No encontrarse inhabilitado por ninguna entidad pública o por organizaciones de cooperación internacional para contratar

Las propuestas presentadas serán evaluadas con base en los siguientes criterios técnicos.

Criterio	Descripción	Puntaje máximo
1. Experiencia de la firma o consultor	Experiencia en desarrollo de estudios de mercado, análisis de cadenas agroproductivas, planificación territorial o comercialización agrícola. Se valorarán proyectos previos en frutales, especialmente aguacate, y en regiones con características similares al Tolima.	25
2. Calidad del equipo de trabajo propuesto	Cumplimiento y pertinencia del equipo técnico con relación a los perfiles solicitados. Se valorará experiencia individual y conjunta en estudios similares, enfoque de género, y experiencia territorial.	30
3. Propuesta técnica y metodológica	Claridad, coherencia y viabilidad de la metodología propuesta para cada fase del estudio. Pertinencia de instrumentos, fuentes, análisis e integración del enfoque territorial, diferencial y comercial.	30
4. Cronograma y planificación operativa	Realismo y adecuación del cronograma frente a los productos esperados. Distribución clara de responsabilidades y fases.	10
5. Inclusión de enfoques diferenciales	Incorporación de enfoque de género, juventud, etnicidad y condiciones de vulnerabilidad en el análisis territorial y propuesta metodológica.	5

Nota aclaratoria: las propuestas que no alcancen los 70 puntos en la evaluación técnica no será consideradas para la evaluación financiera.

Evaluación económica (25%)

La evaluación económica se realizará únicamente a las propuestas que hayan superado el umbral técnico mínimo de 70/100.

Se otorgará el puntaje máximo (25 puntos) a la propuesta con el **menor valor total** (cumpliendo todos los requerimientos técnicos y presupuestarios). Las demás propuestas obtendrán un puntaje proporcional de acuerdo a los puntajes obtenidos en la evaluación técnica y la evaluación económica.

Para la adjudicación del contrato La propuesta que obtenga el **mayor puntaje total ponderado** (suma de evaluación técnica y evaluación económica) será la seleccionada para la adjudicación del contrato.

Componente de evaluación	Porcentaje
Evaluación técnica	75%
Evaluación económica	25%

Matriz de riesgo para la formulación del plan de mercado

Riesgo identificado	Descripción del riesgo	Probabilidad	Impacto	Medidas de mitigación
Condiciones climáticas adversas	Lluvias intensas o eventos extremos que dificulten el trabajo de campo (visitas, encuestas, talleres).	Media	Media	Ajustar cronograma con flexibilidad climática. Usar herramientas virtuales para entrevistas si es necesario. Coordinar con actores locales.
Acceso limitado a zonas rurales	Vías en mal estado o restricciones por orden público que impidan llegar a predios o asociaciones.	Alta	Alta	Coordinar con alcaldías y organizaciones locales para planear rutas seguras. Usar aliados locales como enlace.
Baja participación de asociaciones	Falta de respuesta o compromiso de las organizaciones de productores con el estudio.	Media	Alta	Realizar sensibilización previa con líderes rurales. Acompañamiento desde el proyecto Agrocadenas. Incentivar con devolución de resultados útiles.
Información desactualizada o incompleta	Falta de datos confiables sobre producción, infraestructura o caracterización de actores.	Alta	Alta	Complementar fuentes primarias con entrevistas, encuestas y grupos focales. Validar con actores clave del territorio.
Dificultades para validar resultados	Problemas logísticos o de coordinación	Media	Media	Planificar desde el inicio la etapa de socialización.

Riesgo identificado	Descripción del riesgo	Probabilidad	Impacto	Medidas de mitigación
	para socializar y validar el estudio con los actores.			Incluir talleres virtuales y flexibilidad en tiempos.
Cambios institucionales o en políticas públicas	Modificaciones en prioridades del MADR o del proyecto Agrocadenas que afecten el enfoque del estudio.	Baja	Media	Mantener comunicación constante con los entes contratantes. Alinear el estudio con planes vigentes (PDEA, Agrocadenas).
Limitaciones presupuestales	Eventuales incrementos en los costos logísticos o retrasos por recursos limitados.	Media	Media	Diseñar presupuesto con márgenes razonables. Control y seguimiento mensual de ejecución.
Brechas digitales en el territorio	Dificultad para usar herramientas TIC en zonas rurales (encuestas en línea, entrevistas remotas).	Alta	Media	Priorizar herramientas presenciales donde sea necesario. Usar formatos físicos con apoyo de aliados comunitarios.

Plan de monitoreo y seguimiento para la realización del estudio de mercado

Objetivo del plan. Velar porque se dé el cumplimiento técnico, metodológico y operativo del estudio de mercado, mediante la realización de un seguimiento continuo a los productos esperados, al avance de las fases, la calidad de los entregables y la articulación con los actores territoriales.

Estrategias del monitoreo y seguimiento

- Revisión técnica de productos entregables por parte del profesional encargado de la fase de comercialización estratégica del Consorcio CISP–Venser.
- Reuniones virtuales o presenciales para conocer el avance con el equipo consultor.

- Validación territorial con los actores clave en el territorio como las asociaciones, gremios e instituciones.
- Ajustes progresivos de acuerdo con observaciones técnicas.
- Registro de evidencias y cronograma de entregas parciales.

Fases del monitoreo

Fase / Actividad	Producto esperado	Momento de entrega	Revisión técnica	Validación
Fase 1. Alistamiento	Documento metodológico y cronograma detallado	Semana 2	Revisión por equipo técnico CISP–Venser	Aprobación técnica interna
Fase 2. Diagnóstico de la oferta	Informe técnico de oferta local y capacidades instaladas	Semana 4	Revisión por parte de los profesionales del sector Agrícola y los del área de comercialización	Retroalimentación del equipo y ajustes
Fase 3. Análisis de demanda	Informe de caracterización de mercados	Semana 6	Revisión de expertos en comercio nacional e internacional	Validación con actores del sector exportador
Fase 4. Canales comerciales	Matriz de canales y ruta estratégica	Semana 7	Revisión técnica – equipo de agronegocios y logística	Taller validación con asociaciones
Fase 5. Brechas y oportunidades	Documento de análisis de brechas y potencial	Semana 8	Comité técnico del proyecto	Socialización con actores locales
Fase 6. Estrategias de mercado	Plan estratégico de comercialización	Semana 9	Revisión técnica conjunta	Ajustes según observaciones institucionales
Fase 7. Validación final	Informe final del estudio y versión ejecutiva	Semana 10	Aprobación final por equipo coordinador	Presentación pública y acta de validación

Instrumentos de monitoreo y seguimiento

- Formato de control de entregables. registro con fechas, estado de avance y observaciones.

Fecha	Entregable	Porcentaje de avance	Observaciones

- Actas de reunión con el registro de acuerdos en cada sesión de seguimiento y listado de asistencia.
- Checklist técnico por producto, verificación de cumplimiento de criterios de calidad, cobertura, coherencia y aplicabilidad.
- Matriz de seguimiento con las observaciones, recomendaciones y correcciones solicitadas.

Responsables el monitoreo

- Coordinación técnica del Proyecto Agrocadenas (CISP–Venser) o quien este delegue, será el responsable de la supervisión técnica general.
- Equipo consultor. Responsable de la ejecución y entrega oportuna de los productos.
- Actores territoriales. Participan en validaciones y retroalimentación.

Cronograma

Descripción de la Fase/Actividad	Mes 1	Mes 2	Mes 3
Alistamiento y planeación del estudio de mercado			
Diagnóstico de la oferta local y caracterización del territorio			
Análisis de la demanda nacional e internacional			
Evaluación de canales de comercialización			
Identificación de brechas y oportunidades			
Formulación de estrategias de mercado			
Socialización y validación del estudio			