

TERMINOS DE REFERENCIA

FOGR06 /versión 01

ESTUDIO CONSUMO EN HOGARES

PROCESO No:

PROGRAMA: POLLO

PROYECTO PRESUPUESTAL: Formación de Consumidores- Línea de Acción Fortalecimiento del Consumo.

FECHA: enero 13 2023

I. INTRODUCCIÓN

La **FEDERACIÓN NACIONAL DE AVICULTORES DE COLOMBIA, FENAVI, NIT 860.532.584-2**, entidad sin ánimo de lucro con personería jurídica otorgada por el Ministerio de Agricultura mediante Resolución No. 0431 de fecha 28 de septiembre de 1983, debidamente inscrita bajo el número 00003607 del libro I de entidades sin ánimo de lucro en la Cámara de Comercio de esta ciudad, y quien simultáneamente es el administrador del **FONDO NACIONAL AVÍCOLA, FONAV**, Fondo parafiscal creado mediante Ley 117 de 1994 declarada exequible mediante sentencia C-132 de 2009, modificada aquella por Ley 1255 de 2008 y reglamentada mediante el Decreto 823 de 1994, pone a disposición de los interesados los términos de referencia para la selección de la agencia para realizar estudios para entendimiento de hogares colombianos en la categoría de pollo y sustituto desde dos frentes, por un lado tracking continuo para la medición de comportamiento de compra y así poder tener un panorama acumulativo de este comportamiento.

II. OBJETIVO

Realizar estudios para el entendimiento del consumo de los hogares colombianos en la categoría de carne de pollo y sus productos sustitutos, realizando un seguimiento continuo que permita realizar una medición constante del comportamiento de compra de los consumidores para contar con un panorama acumulativo de este comportamiento que permita tomar decisiones estratégicas y tácticas de las categorías.

Realizar un análisis comparativo de los comportamientos de compra de los consumidores en la categoría de carne de pollo con respecto a sus productos sustitutos con el fin de desarrollar estrategias que permitan minimizar el impacto de sustitución. Así mismo, identificar, perfilar y conocer a profundidad a los usuarios y consumidores de carne de pollo, entendiendo e interpretando hábitos de compra.

III. OBJETIVOS ESPECIFICOS

A. Realizar las encuestas de forma presencial en 6.000 hogares colombianos; con un universo de 9.7 millones de hogares y una cobertura del 80% de la población urbana.

TERMINOS DE REFERENCIA

FOGR06 /versión 01

B. Niveles socioeconómicos 1 al 6, con una segmentación demográfica por tipo de hogares así:

- Hogar con un responsable
- Parejas jóvenes sin hijos
- Familias jóvenes
- Familia grande con adolescentes
- Familias con hijos adultos y
- Hogares maduros

C. Distribución de las encuestas a nivel geográfico:

- ANTIOQUIA: Medellín, Bello, Envigado, Itagüí, Rionegro, La Ceja y Sabaneta.
- EJE CAFETERO: Manizales, Pereira, Armenia, Calarcá, Villamaría y Dosquebradas.
- CENTRO: Ibagué, Neiva, Girardot y Espinal.
- PACÍFICO: Cali, Popayán, Pasto, Buenaventura, Tuluá, Jamundí, Pradera y Buga.
- ATLÁNTICO: Barranquilla, Soledad, Santa Marta, Cartagena, Sincelejo, Montería, Valledupar, Riohacha, Cereté, Corozal, Galapa, Baranoa, Ciénaga y Malambo.
- SANTANDER: Bucaramanga, Cúcuta, Floridablanca, Barrancabermeja, Villa del Rosario, Girón, Piedecuesta y Los Patios.
- NOR-ORIENTE: Tunja, Villavicencio, Yopal, Acacías, Sogamoso y Duitama.
- CUNDINAMARCA: Bogotá, Soacha, Chía, Funza, Madrid y Mosquera.

III. ACTIVIDADES Y ENTREGABLES

- Muestra: 6.00 hogares
- Universo: 9.7 millones de hogares.
- Cobertura: 80% población urbana.
- *60 ciudades y municipios proyectados (apertura 8 regiones). Las ciudades se mencionan en el numeral II, punto C.
- Niveles socioeconómicos: NSE1, NSE2, NSE3, NSE4, NSE5 y NSE6.
- Diseñar el cuestionario que será aplicado a los consumidores que harán parte de la muestra.
- Obtener información sobre los canales de compra, perfiles sociodemográficos y variables pertinentes como penetración, frecuencia de compra, valor, precio, volumen, consumo, consumo per cápita, gasto, volumen por acto, gasto por acto, compra media, precio medio.
- Realizar medición semanal y levantamiento de compras reales. (Registro de tickets de compra y las compras a granel realizadas en la semana en el hogar).
- Efectuar cruces de información de los hábitos de consumo de la muestra, realizando un monitoreo constante (semanal) del comportamiento de los consumidores.
- Realizar entrega de los perfiles de los consumidores de la categoría bajo el estudio.
- Presentar en el mes de marzo un Case Top Line con el cierre del año 2022
- (presentación en Power Point) que incluya la evolución de año, tendencia, visión de regiones, de canales y demográficos, sin foco en regiones ni análisis especiales. En

TERMINOS DE REFERENCIA

FOGR06 /versión 01

octubre otro informe en Power Point e impreso con los resultados discriminados por ciudad, estrato, género y edad. El informe debe incluir resultados históricos que sean comparables; segmentación por canales.

IV. ASPECTOS GENERALES:

A. Comunicaciones

Los documentos relacionados a este proceso de contratación deben hacerse por escrito, por medio físico o electrónico, a cualquiera de las siguientes direcciones:

- Avenida calle 26 n° 69-76 torre 3 piso 504 Bogotá, D.C. Colombia.
- Correo electrónico para huevo: lralfvarez@fenavi.org y pperez@fenavi.org
- Se comunicará la recepción del mismo dentro de los tres (3) días siguientes a su recepción.
- Los documentos y las comunicaciones enviadas por los proponentes deben ser presentadas en el idioma castellano.

B. Valor para el desarrollo del contrato

El valor para el desarrollo del contrato será el presentado por el proponente, incluido IVA, los pagos por costos directos e indirectos necesarios para la ejecución del contrato y todos los impuestos, gravámenes y retenciones a que haya lugar.

Las facturas (o cuenta de cobro cando corresponda a personas naturales) que por concepto de los pagos que se deban efectuar, deberán allegarse a FENAVI-FONAV, con el cumplimiento de los requisitos legales, con la debida antelación a su pago y con el informe de actividades.

C. Forma de pago

La forma de pago se hará previa presentación de los informes a satisfacción del Interventor, y de la correspondiente factura, en los tiempos que se acuerden en el contrato (no se realizan anticipos).

D. Plazo y lugar de ejecución del contrato

Tiempo de entrega será de doce (12) meses y el lugar de ejecución del contrato será en la ciudad de Bogotá, D.C.

II. GARANTIAS

El contratista deberá constituir a favor de **FENAVI** una garantía consistente en Póliza única de seguro expedida por una Compañía de Seguros autorizada para funcionar en Colombia por la Superintendencia Financiera de Colombia, con los amparos de:

TERMINOS DE REFERENCIA

FOGR06 /versión 01

- a) Cumplimiento del contrato: El cumplimiento general del contrato en cuantía equivalente al veinte (20%) por ciento del valor del mismo, con una vigencia igual a la del plazo de ejecución y tres (3) meses más.
- b) De salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones laborales: Para garantizar el pago de los salarios, prestaciones sociales e indemnizaciones del personal que haya de utilizarse para la ejecución de este contrato, por el valor equivalente al diez por ciento (10%) del valor del contrato y con una vigencia igual a la de este contrato y tres años más.

Estas garantías deberán constituirse a favor de **FENAVI** y presentársele una vez legalizado el contrato, junto con el recibo de caja original que demuestre el pago de las primas que por dichas expediciones se hayan causado.

Dichas garantías se adicionarán y prorrogarán cada vez que se adicione en valor o se prorrogue el plazo y en los eventos de suspensión del plazo del trabajo o por modificaciones unilaterales del mismo a costa de el contratista.

III. CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE LA OFERTA Y ADJUDICACIÓN

A. Criterios de evaluación de las ofertas:

Fenavi – Fonav adjudicará la contratación al proponente que cumpla con los requisitos exigidos y de acuerdo a la siguiente evaluación:

CRITERIOS DE SELECCIÓN

VARIABLES	PUNTAJE MAYOR	PUNTE INTERMEDIO	PUNTAJE MENOR
Tiempo de campo y entrega de resultados	5	4	3
Costo total del estudio, precio (el mejor puntaje lo tendrá la de menor valor)	70	59	48
Metodología de recolección de análisis	14	9	4
Cumplimiento de objetivos y entregables	7	4	2
Demostrar otros estudios similares	4	3	2

TERMINOS DE REFERENCIA

FOGR06 /versión 01

hechos anteriormente (credenciales)			
Total	100	79	59

B. Rechazo de las ofertas:

Fenavi – Fonav rechazará las ofertas presentadas por los proponentes por las siguientes razones:

- Después de vencido el plazo establecido de acuerdo al cronograma.
- Cuando las ofertas estén incompletas por información o por algún documento necesario para la comparación.

C. Adjudicación:

Fenavi – Fonav adjudicará el contrato y publicará en la página web de Fenavi www.fenavi.org las calificaciones obtenidas. (para todos los casos, sea la contratación vía correo electrónico o página web).

D. Reservas durante el proceso de evaluación:

Las partes se obligan a mantener bajo total y absoluta confidencialidad y reserva todos los datos, informaciones, procedimientos, ideas, que se comuniquen entre sí, en cualquier forma tangible o intangible, comprometiéndose a no utilizar dicha información para el beneficio directo, indirecto o por medio de terceras personas, empresa individual, entidad o compañía o país. Así mismo se obliga a buscar y mantener activo los mecanismos para evitar la divulgación de la información privilegiada y protegida como confidencial, entre sus empleados y contratistas que tengan o puedan llegar a tener la necesidad de conocerla o que la obtengan. Igualmente se obliga a mantener esta información con el mismo grado de cuidado que aplica a su propia información confidencial y que en ningún caso será inferior del que se espera de una persona prudente y diligente en la guarda y custodia de sus asuntos confidenciales. La obligación de mantener la confidencialidad tendrá una vigencia igual a la de este contrato y cinco (5) años más.

IV. INTERVENTORIA

Con el fin de procurar un óptimo resultado en el cumplimiento y ejecución del contrato. FENAVI - FONAV designará como interventor al director del Programa Huevo o quien haga sus veces.

V. CRONOGRAMA

ACTIVIDAD	FECHA	LUGAR
Publicación de los términos de referencia	13 enero	email

TERMINOS DE REFERENCIA

FOGR06 /versión 01

Presentación de ofertas

23 enero

email

Luis Rodolfo Álvarez
Director Programa Pollo
FENAVI – FONAV