



Programa “Mejoramiento del Valor Social Agregado a las Microfinanzas”

TERMINOS DE REFERENCIA

ELABORACION DE ESTUDIO DE MERCADO Y DISEÑO METODOLOGICO DE PRODUCTOS DE CREDITO PARA AGUA SEGURA Y SANEAMIENTO MEJORADO CON VALOR AGREGADO

1. Introducción.

Con el Programa “Expandiendo la Finanzas Inclusivas en Centroamérica y República Dominicana” ejecutado bajo la alianza ADA – REDCAMIF en los años 2012-2017 se logró un impacto importante en la diversificación de servicios financieros inclusivos sostenibles, para población de bajos recursos. La estructura del Sistema REDCAMIF permitió una significativa escala, extensión geográfica y la incorporación de una gran variedad de temas necesarios para el fortalecimiento del Sector; logrando apoyar a 7 países, 8 redes de microfinanzas, 173 proyectos de asistencia técnica en 99 IMF y la implementación de servicios financieros inclusivos en las temáticas de Finanzas Rurales con enfoque Ambiental en 14 IMF y Vivienda Social en 17 IMF, con una cobertura total de 1,2 millones de clientes.

La continuidad de la alianza para los años 2018–2021 se estructuró bajo el Programa **“Mejoramiento del valor social agregado a las Microfinanzas”**, este programa combina un enfoque pragmático en el desarrollo de las finanzas responsables e inclusivas, a través de servicios financieros con valores agregados que la población de bajos ingresos necesita para mejorar su nivel de vida, y el desarrollo de acciones que los actores del sector requieren seguir fortaleciendo en la creación, uso y difusión eficiente de nuevo conocimiento para mejorar la productividad de las Instituciones Microfinancieras.

A través de la experiencia pasada, ADA y REDCAMIF han identificado que el desafío de cómo llegar a los clientes y brindarles valor agregado se ha convertido en uno de los más notorios en la industria actualmente. Es por esto que con este Programa se busca apoyar y crear conciencia en las instituciones microfinancieras para desarrollar una estrategia de alcance personalizada, así como también diseñar y ofrecer productos orientados a los clientes, generar información que facilite a los gerentes la toma de decisiones estratégicas más efectivas, que tipos de productos diseñar y como mejorar la satisfacción, retención y calidad de cartera de clientes.

Dentro de este marco, ADA y REDCAMIF decidieron apoyar a **la Asociación para el Desarrollo de la Costa Atlántica “PANA PANA”** en el desarrollo de un producto financiero con valor agregado. Para llegar a esto, se debe analizar el mercado actual y potencial de **PANA PANA**, de forma tal que se identifiquen las necesidades de los clientes y que esto conlleve a la IMF a diseñar el producto con más potencial para dar un valor agregado a sus clientes. Este producto se deberá adaptar igualmente a las capacidades de la institución para una implementación exitosa del piloto.

Con base en lo anterior, el presente documento se refiere al análisis de mercado que conlleve a la identificación de opciones de diseño o adaptación de los productos de PANA PANA para generar una mejor experiencia a sus clientes.

Los presentes términos de referencia tienen como base principal los diferentes productos financieros identificados por ADA y REDCAMIF así como la propuesta de PANA PANA para satisfacer la demanda por innovación en servicios financieros en el área geográfica de influencia de REDCAMIF y las Redes Nacionales de Microfinanzas afiliadas.

2. Objetivos de la Consultoría

2.1 Objetivo General

El objetivo de la consultoría es identificar si el producto propuesto por **PANA PANA** responde a una demanda de sus clientes actuales y potenciales, para así mismo diseñar o adaptar el producto financiero, en una fase piloto, en términos de segmentos y potencial de mercado, así como valor agregado tanto para los clientes como para **PANA PANA**.

En el marco del proyecto piloto “Diseño e implementación de Producto Crediticio de Agua Segura y Saneamiento Mejorado con Valor Agregado, para la población urbana y periurbana del municipio de Puerto Cabezas, Región Autónoma de la Costa Caribe Norte de Nicaragua”, realizar un Estudio de Mercado para diseñar al menos dos productos financieros en agua y saneamiento, adecuados a la demanda de segmentos del mercado local con población pobre, que vive especialmente en la zona urbana y periferia del municipio de Puerto Cabezas.

2.2 Objetivos Específicos:

Los productos a diseñar se enfocarán específicamente en el tema de mejorar el acceso a agua segura y servicios básicos de saneamiento, considerando que a través del financiamiento mediante el micro crédito se puede contribuir a satisfacer la demanda y mejorar la calidad de vida de las familias que tengan la oportunidad de acceso a este tipo de crédito.

El estudio debe de identificar que existe la demanda insatisfecha, y partiendo de estos resultados definirá una propuesta del pilotaje de al menos dos productos financieros, la cual debe ir acompañado con:

- Política de crédito de estos productos,
- Manual de Crédito de estos Productos
- Metodología Crediticia de estos productos
- Una propuesta de tasa de interés con su respectivo análisis: Características del producto con enfoque de género: Tasa de interés, plazos, montos, formas de pago, garantías, costos y rentabilidad, entre otros.
- Una propuesta del reglamento de crédito de los dos nuevos productos,
- Plan del pilotaje,
- Herramienta de monitoreo y evaluación del pilotaje.
- Elaborar los perfiles de cada uno de los productos financieros a pilotear: Definición general de los dos productos financieros y el segmento a los que van dirigidos. Análisis del contexto: Breve diagnóstico de la actividad económica, rentabilidad actual y perspectivas futuras. Análisis de orientación institucional: evaluación de las condiciones de recursos que tiene la institución para ofrecer el producto, de manera que permita alinear el nuevo producto financiero a los objetivos y estrategias institucionales. Valoración de alianzas estratégicas. Valoración cualitativa de la demanda. Identificación de posibles aliados para desarrollar el producto.
- Elaborar catálogo de los dos productos en el que se incluya los siguientes aspectos: Denominación del Producto, Segmento al que está dirigido, Destino del crédito, Moneda, Rango de plazos, Rango de frecuencias de pago, Garantías, Restricciones.
- Plan de empoderamiento del personal de la institución microfinanciera (IMF): capacitar al personal encargado de promover el producto financiero.
- Validar cada producto financiero y proponer ajustes en caso se dé la necesidad una vez ejecutada la fase de pilotaje, por lo menos después de un semestre de la implementación

3. Alcance de la Consultoría

El alcance de la consultoría se define a continuación:

- 3.1. En términos geográfico, la consultoría tiene alcance en las zonas de influencia de **PANA PANA**
- 3.2. Los estudios deben enfocarse en identificar el alineamiento entre el **producto propuesto por PANA PANA** y la demanda del mercado.
- 3.3. La consultoría debe de dar pautas para el posterior diseño del proyecto, así como también diseñar el producto financiero escogido en conjunto con **PANA PANA** y con apoyo de ASOMIF, REDCAMIF y ADA y su conocimiento basado en experiencias anteriores. El Estudio de Mercado permitirá recoger datos más específicos sobre las características de los Municipios, la caracterización de la dinámica socioeconómica de PANA PANA, la identificación de las demandas de los productos y/o servicios financieros y no financieros y el conocimiento del marco jurídico regulatorio de las microfinanzas en Nicaragua y de la Ley de Servicios de Agua y Saneamiento. Usualmente se implementan estos diagnósticos o estudios mediante encuestas a hogares, grupos focales.

- 3.4. Identificar en el proceso del estudio los potenciales riesgos crediticios y proponer medidas de control y mitigación, así como también, analizar los diferentes riesgos asociados al producto, los procesos comerciales para la colocación y el fondeo de recursos para crédito.
- 3.5. Además, se debe de identificar posibles aliados en términos de proveedores de servicios de capacitación, asistencia técnica, equipos, etc.
- 3.6. Desarrollar capacidades para identificar necesidades e incorporar un enfoque de género durante la ejecución del servicio.

El/la Consultor/a deberá presentar al Comité de Dirección del Proyecto para su aprobación, el plan de actividades a implementar con su respectivo cronograma de tiempo, en el que también describirá la metodología que utilizará para la realización de cada una de las actividades.

4. Metodología

La metodología propuesta debe de tomar en cuenta una base general de enfoque de diseño de productos centrado en el cliente y por lo menos debe incluir los siguientes aspectos:

- 4.1. Análisis de los estudios previos realizados por **PANA PANA**, en caso de existir.
- 4.2. Revisión de información secundaria para: análisis del marco legal y de las políticas e iniciativas nacionales e internacionales, públicas y privadas, relativas a los productos propuestos; la cuantificación de la demanda (clientes actuales y potenciales) y la oferta (financiera, asistencia técnica y proveedores)
- 4.3. Colecta de información primaria (por ejemplo, grupos focales, entrevistas, encuestas etc.): 1) clientes y otros miembros activos de su hogar; 2) personal de campo de la IMF; 3) de ser el caso promotores de programas nacionales e internacionales identificados; 4) proveedores de asistencia técnica y de equipos productivos o diferentes servicios relacionados.
- 4.4. Entrevistas con personas claves de **PANA PANA** para identificar las necesidades de inversión y mejora para la implementación del piloto.
- 4.5. Realización de reuniones periódicas de avances con funcionarios de ASOMIF y **PANA PANA** para el seguimiento de la presente consultoría.
- 4.6. Co-diseño de los productos financieros junto con **PANA PANA**.

5. Actividades Principales a Realizar

Las principales actividades de la consultoría son las siguientes:

- 5.1. Diagnóstico breve de la organización y sondeo del mercado que incluye: **Análisis del mercado** de las zonas geográficas donde **PANA PANA** tiene interés en desarrollar el piloto, tomando en cuenta segmentos y productos; basado en la información secundaria, estudios previos identificados, análisis realizado por PANA PANA de la demanda de la clientela actual y potencial de **PANA PANA**.

- 5.1.1 Breve diagnóstico interno de la organización y procesos internos en las agencias definidas en el Proyecto Piloto con el fin de detectar las necesidades de la entidad para operar con productos financieros de Agua Segura y Saneamiento mejor con Valor Agregado. Ello incluye tomar conocimiento de los productos actuales, políticas y procesos de crédito, recursos humanos disponibles, entre otros; así como del modus operandi previsto para la ATC.
- 5.1.2 Breve diagnóstico externo mediante investigación de campo en el área del Proyecto Piloto contactando potenciales clientes (grupos de enfoque o entrevistas) con el fin de caracterizar a la clientela meta e identificar las necesidades de financiamiento para dicha clientela del área del Proyecto Piloto.
- 5.1.3 Las necesidades de financiamiento y posible asistencia técnica o capacitación de los clientes identificados orientado hacia el producto propuesto por **PANA PANA** sin limitar la búsqueda de otros posibles productos que puedan ser más relevantes que el propuesto.
- 5.1.4 Entender los comportamientos de los clientes y las motivaciones que rodean el producto propuesto o los productos a proponer.
- 5.1.4 Entender las diferentes formas de financiamiento utilizadas por los clientes para la mejora de la vivienda o la implementación de productos de agua y saneamiento que mejoran la calidad de vida de los clientes.
- 5.1.5 Análisis de la oferta de proveedores de posible asistencia técnica a los clientes y de equipos sean tradicionales o tecnologías verdes.
- 5.1.6 Análisis de todos los puntos anteriores con el personal de campo de **PANA PANA** involucrado en la zona de interés para el desarrollo del producto.

Adicionalmente, el análisis de mercado debe estar en función de minimizar el riesgo de implementación del o los productos, entender las necesidades de los clientes y los problemas y las oportunidades que se pueden encontrar en las zonas de interés identificadas; identificar y; planificar oportunidades de ventas y de la mercadotecnia necesaria.

5.2 **Segmentación del mercado** que identifique qué segmento necesita el producto propuesto o identificar otros potenciales productos que puedan servir a los diferentes segmentos. La segmentación del mercado debe conllevar a la identificación del mercado donde mejor se puede implementar los productos las variables que se deben tomar en cuenta son las demográficas, sociológicas, geográficas, de comportamiento, canales de comercialización o puntos de ventas.

- 5.2.1 Realizar un estudio de mercado para identificar la demanda potencial de productos en agua y saneamiento a nivel familiar en la zona urbana y periurbana de Bilwi, que sea técnica y económicamente viable de financiar mediante crédito.

El Estudio de Mercado permitirá recoger datos más específicos sobre las características del Municipio de Bilwi, la caracterización de la dinámica socioeconómica de PANA PANA, la identificación de las demandas de los productos y/o servicios financieros y no financieros y el conocimiento del marco jurídico regulatorio de las microfinanzas en Nicaragua y de la Ley de Servicios de Agua y Saneamiento y como eje transversal la aplicación de las herramientas y metodologías transversales del modelo de negocios centrado en el cliente de CGAP. Según Doug Leather, The Customer-Centric Blueprint, este enfoque se define como “el ecosistema y modelo operativo que permite a una organización diseñar una experiencia del cliente única y distintiva.

Como mínimo el informe de estudio de mercado proveerá la información, hallazgos, conclusiones y recomendaciones.

5.2.2 En base a los resultados del diagnóstico de mercado elaborar el Plan de Negocios de los productos Agua Segura y Saneamiento Mejorado con valor agregado.

5.3 **Estrategia competitiva de implementación** que debe de incluir que productos son los adecuados a implementarse basados en la creación de valor agregado a los clientes, su clasificación (o combinación de más productos); en términos de su potencial y de su capacidad a solucionar las necesidades del mercado (por segmentos).

5.4 **Diseño del producto financiero** seleccionado en conjunto con **PANA PANA** y con base a manuales genéricos y experiencias proporcionadas por REDCAMIF y ADA. Esto debe incluir la creación, cambios, modificaciones o ajustes de políticas, manuales, sistemas de información, con base en las recomendaciones para la adecuación a la estrategia de implementación del producto financiero identificados como prioritarios por **PANA PANA**.

5.4.1 Manual del producto financiero para Agua Segura y Saneamiento Mejorado con Valor Agregado, que incorpore los términos, las condiciones, procesos, procedimientos, normas, mecanismos, características del producto: Tasa de interés, plazos, montos, formas de pago, garantías, costos y rentabilidad, entre otros, para poder otorgar un producto integral que incluye asistencia técnica y crédito para financiar Agua Segura y Saneamiento Mejorado con Valor Agregado.

5.4.2 Política de Crédito, para el producto financiero para Agua Segura y Saneamiento Mejorado con Valor Agregado, que contenga las condiciones del crédito, los componentes de la asistencia técnica.

5.4.3 Elaborar los perfiles de cada uno de los productos financieros a pilotear, así como el catálogo de los productos financieros propuestos.

5.4.4 Reglamento de los productos diseñados, así como procesos, procedimientos crediticios con sus correspondientes formatos y herramientas.

5.5 Informe de diagnóstico y del Estudio de Mercado que conteniendo las conclusiones y recomendaciones.

5.5.1 Realizar un Taller de presentación de los hallazgos y resultados del Estudio de Mercado.

5.6 Plan de empoderamiento del personal de la institución micro financiera (IMF): capacitar al personal encargado de promover el producto financiero.

6. Otras Actividades Recomendadas

El/la Consultor/a o firma, adicional a las actividades que realice para cumplir con los productos definidos en estos Término de Referencia, deberá tomar en cuenta las acciones siguientes:

- Visitar las Oficinas de la Asociación PANA PANA, ubicada en Puerto Cabezas para conocer el trabajo que realiza mediante el Programa de Microfinanzas. Se recomienda visitar y tener entrevista con la Dirección y Sub-Dirección Ejecutiva, Gerencia de Crédito, Ejecutivos de Crédito, Responsables de Sucursal, Formalizadoras y personal de la Unidad de Protección, Atención y Gestión de Desempeño Social.
- Visitar a Instituciones que trabajan en Temas de Género y empoderamiento de la mujer (CEIM, FUNDACIÓN NIDIA WHITE, AMICA).
- Revisar el contenido de la Ley Fomento y Regulación de las Microfinanzas y la Ley Integral contra la Violencia hacia las Mujeres, los aportes a la Ley Integral contra la violencia hacia las mujeres que hizo la Red de Mujeres Indígenas de la RAAN y las Reformas a la Ley No.641 “Código Penal” en Nicaragua y del marco jurídico del ente regulador CONAMI y lo concernientes al enfoque de género.

Experiencias documentadas por el Banco Mundial, Banco Interamericano de Desarrollo (BID), Banco Centroamericano de Integración Económica (BCIE) y organizaciones que han implementado iniciativas de Mercadeo de Productos de Agua y/o Saneamiento.

7. Productos/ Resultados Esperados

Al final de la consultoría se logrará contar con dos nuevos productos en agua y saneamiento que en la medida de las posibilidades incorpore el enfoque de género dentro de las políticas institucionales de PANA PANA como eje transversal, que amplía el acceso al crédito especialmente para las mujeres, sean clientas actuales o no en las zonas del pilotaje.

Los productos específicos de la consultoría serán los siguientes:

1. Informe del Estudio de Mercado

2. Realizar un Taller de presentación de los hallazgos y resultados del Estudio de Mercado, para seleccionar de la lista de productos potenciales identificados, los dos productos que se pilotearía.
3. Presentar Perfiles de los Productos a pilotear incluyendo el catálogo de dichos productos.
4. Diseño completo de los dos productos financieros de agua y saneamiento
5. Validar los dos perfiles de productos a pilotear por medio de grupos focales con clientes.
6. Presentar propuesta del Plan de Capacitación para el personal de Pana Pana, incluyendo la metodología de capacitación a utilizar, tiempo requerido para cada contenido, requerimientos, cronograma de ejecución.
7. Realizar al menos 3 talleres de Capacitación técnica dirigida al Equipo del Programa de Microfinanzas, Unidad de Protección, Atención y Gestión de Desempeño Social, Dirección y Sub-Dirección Ejecutiva de Pana Pana, sobre el nuevo producto financiero a ofertar, incluyendo sus bondades y beneficios. Al finalizar las capacitaciones deberá entregar una memoria de las capacitaciones realizadas, adjuntando lista de asistencia de participantes, las presentaciones y material didáctico utilizado.
8. Informe Final de la Consultoría donde se rescate el impacto de los productos generados dentro de la institución, los clientes. Adicionalmente, debe incluir un ítem de conclusiones y recomendaciones de estrategias para que PANA PANA promueva la ampliación de los productos financieros de agua y saneamiento con enfoque de género y empoderamiento de la mujer.

8. Informes de la Consultoría

El equipo consultor remitirá 3 informes a lo largo de la consultoría lo cual no excluye que el contratante solicite informes adicionales y/o aclaraciones:

- 8.1. Presentación de plan de trabajo, cronograma y organización general de la consultoría, que se debe entregar 1 semana luego de la firma del contrato.
- 8.2. Primer Informe: conteniendo los resultados del 1 al 3, del presente documento. Se debe entregar a las 4 semanas luego de la firma del contrato.
- 8.3. Segundo informe: Informe Final: Conteniendo todos los productos, a las 8 semanas de firmado el contrato.

9. Perfil del equipo consultor o consultor para expresión de interés.

El/la Consultor/a o la firma consultora que llevará a cabo la consultoría debe contar con las siguientes características:

Formación Académica: Profesional graduado en las carreras de Economía, Administración de Empresas, u otras carreras relacionadas al tema objeto del proyecto. Preferentemente con Título de Postgrado o Maestría.

Experiencia General: Experiencia laboral general mínima de cinco (5) años en calidad de consultor o asesor en la elaboración de diseños de productos crediticios en Agua y Saneamiento.

Experiencia Especifica:

- 9.1. Experiencia comprobada de al menos 05 años en el análisis y diseño de productos microfinancieros inclusivos a nivel nacional, con especial particularidad en AGUA y SANEAMIENTO.
- 9.2. Experiencia profesional comprobada y evidenciada de al menos 5 años de haber realizado diagnóstico o estudios similares
- 9.3. Experiencia comprobada en metodologías de análisis de la percepción de los clientes, así como metodología de human-centered design o similares.
- 9.4. Conocimiento en esquemas de financiamiento para la construcción y mejoras de vivienda social y en los mercados de materiales y mano de obra.
- 9.5. Experiencia comprobada y evidenciada en el manejo de metodologías o realización estudios de demanda y diseño de productos con perspectiva de género.
- 9.6. Experiencia comprobada en el tema de fortalecimiento institucional para instituciones que brindan servicios de microfinanzas.
- 9.7. Conocimiento en el mercado de proveedores de equipos y asistencia técnica en el sector relevante para el tipo de producto propuesto.
- 9.8. Conocimientos de los productos financieros con enfoque de género y empoderamiento para mujeres.
- 9.9. Conocimiento de la Ley 769, Ley de Fomento y Regulación de las Microfinanzas emitida por la CONAMI, Norma sobre Protección y Atención al Usuario, Norma sobre Gestión de Desempeño Social para instituciones financieras intermediarias de microfinanzas, Norma sobre Gestión de Riesgo Crediticio, Norma sobre la transparencia en las operaciones de microfinanzas.
- 9.10. Deseables conocimientos y experiencia en proyectos o servicio de agua y saneamiento.
- 9.11. Deseable que conozca la Región Autónoma de la Costa Caribe Norte de Nicaragua, la idiosincrasia de sus habitantes, entre otros.

Habilidades:

- Trabajar en equipos multidisciplinarios, facilidad de comunicación y facilidad para realizar presentaciones públicas.
- Habilidades analíticas y prácticas para promover actividades de trabajo interinstitucional.
- Alta capacidad para escribir reportes, analizar datos y documentos
- Capacidad de manejo de relaciones permanentes y fluidas con diversos tipos de actores involucrados

- Proactividad, toma de iniciativa y liderazgo
- Elaboración y redacción de informes técnicos
- Habilidad para trabajar de manera independiente, remota y encontrar información necesaria con supervisión mínima.
- Manejo de software en ambiente Windows y paquete office (Word, Excel y Power Point)
- Manejo del programa estadístico informático SPSS Versión 4

10. Relaciones y Ámbito de Acción

El equipo consultor responderá ante el Director Ejecutivo de ASOMIF y del Director Ejecutivo de **PANA PANA**. El consultor realizará al menos visitas presenciales en las siguientes etapas:

8.1 Levantamiento de Información cualitativa y cuantitativa;

8.2 Presentación de Resultados a **ASOMIF, REDCAMIF y PANA PANA**;

8.3 Realización de Capacitaciones in situ con el personal de Pana Pana

8.4 Presentación de Informe Final a **ASOMIF, REDCAMIF y PANA PANA**.

La supervisión y el acompañamiento del equipo consultor estarán a cargo del **coordinador del proyecto de parte de PANA PANA** con el acompañamiento de la Dirección Ejecutiva de **ASOMIF**. El consultor deberá presentar y acordar mediante intercambio previo, los aspectos relevantes de los estudios a realizar, entre ellos, las variables, indicadores, instrumentos, tipos de reportes e informes a realizar.

Así mismo, el Consultor deberá coordinar las actividades con el personal designado como contraparte de PANA PANA, con quien validará los hallazgos, conclusiones y recomendaciones a incluir en sus informes. La oficina principal de la Asociación para el Desarrollo de la Costa Atlántica “PANA PANA” se ubica en la ciudad de Bilwi, municipio de Puerto Cabezas.

11. Organización y Supervisión de la Consultoría

La Coordinadora del Proyecto será la responsable directa del Consultor (a), con el apoyo del Comité de Dirección del Proyecto, serán los que garantizarán el seguimiento de la Consultoría. En conjunto con la Sub-Dirección Ejecutiva de Pana Pana y la Coordinación del Programa Servicios Financieros Inclusivos de REDCAMIF serán los encargados de aprobar los informes para la liberación de los pagos correspondientes.

El Consultor (a), tendrá como referencia para el desarrollo de su trabajo la oficina de la Sucursal de Managua Pana Pana y se movilizará a los sitios demandados a través de su plan de trabajo aprobado y donde la Coordinación del Proyecto considere necesario.

12. Obligación y responsabilidades del/la consultor/a

El/la Consultor/a tendrá todas las obligaciones y responsabilidades técnicas que, de acuerdo con la sana práctica profesional, sean inherentes a la naturaleza de los servicios requeridos, aun cuando no se mencionen de manera expresa en los presentes Términos de Referencia.

Es obligación de el/la Consultor/a establecer, desde el inicio la comunicación con la contraparte técnica que será la Coordinador del Proyecto y la Sub-Dirección Ejecutiva de PANA PANA; mantenerlos informados del avance de la consultoría, procurando en todo momento, dentro de un marco racional, contar con el consentimiento de la Contraparte Técnica.

En caso de una subcontratación, el/la Consultor/a será totalmente responsable del personal seleccionado y proveído por él para la realización del trabajo, incluyendo el pago de sus salarios, viáticos y cualquier otro tipo de gasto en que tenga que incurrir durante el desarrollo de sus servicios.

Tanto el/la Consultor/a o la firma consultora será responsable de la realización, cumplimiento y entrega de cada uno de los Productos de la Consultoría.

El/la Consultor/a deberá estar anuente a responder las consultas que se le formulen durante la realización de las actividades y diseños finales. Así como la realización de las correcciones necesarias al trabajo presentado y responder a las consultas generadas por las contrapartes.

13. Duración de la Consultoría

La Consultoría tendrá una duración de ocho (8) semanas, las que serán contadas a partir de la fecha de firma del contrato. La contratación será acordada por las partes y la misma estará sujeta a la aprobación por parte de la entidad Contratante.

14. Honorarios y Forma de Pago

Los honorarios serán contra entrega de productos claramente definidos en este documento.

Los pagos se efectuarán mediante cheque en moneda nacional conforme al tipo de cambio oficial del día según el Banco Central de Nicaragua. El/la Consultora deberá entregar recibo o factura por cada pago que reciba.

La oferta económica presentada por el equipo consultor no debe superar el monto de **US\$ 6,500** (Seis Mil Quinientos Dólares).

El equipo consultor asume la cobertura de sus riesgos profesionales y/o de Seguridad Social, por lo que exime al contratante de toda obligación en esta materia. **PANA PANA** se rige conforme las regulaciones y tasas impositivas de la República de **NICARAGUA**,

la cual establece la retención por servicios profesionales contratados con la escala siguiente:

14.1. Personas naturales (Consultores nacionales): Retención del 10% a los servicios profesionales o técnico superior.

14.2. Personas jurídicas (Empresas nacionales): Retención del 10% sobre el monto contratado por los servicios profesionales o técnico superior.

14.3. Personas naturales (Consultores) y Personas jurídicas (Empresas internacionales): Retención del 20% sobre el monto contratado por los servicios profesionales o técnico superior.

Forma de pago:

La consultoría comprende 3 pagos:

Pago	Requerimiento	%	Fecha de Entrega
Inicial	Firma de contrato por el contratante y presentación de plan de trabajo previamente aprobado por la Contratante.	30	Al día 1 de la consultoría.
Segundo	Presentación del primer Informe de avance.	40	A las 4 semanas de firmado el contrato.
Tercero	Presentación del Informe Final por el contratado, el cual debe estar aprobado por la Contratante.	30	A las 8 semanas de firmado el contrato.
	TOTAL	100	

15. Confidencialidad

Todos los documentos utilizados por el Consultor (a) o generados durante la ejecución de la presente Consultoría serán propiedad de PANA PANA, REDCAMIF y ADA, no podrán utilizarse para ningún otro fin.

16. Condiciones para la presentación de propuestas:

Para ser considerado, el consultor/a o equipo consultor, deberá presentar los siguientes documentos:

16.1. Propuesta técnica incluyendo las hojas de vida de los miembros del equipo consultor y cédula de identidad escaneada.

16.2. Propuesta económica.

La Oferta Técnica debe contener la siguiente información:

- Cronograma y Plan de Trabajo
- Información general donde se aprecie la interpretación que se ha dado a los requerimientos planteados en los Términos de Referencia.
- Metodología a ser utilizada para el desarrollo de la Consultoría
- Alcance de los servicios ofrecidos, expresados en forma clara y precisa.

La Oferta Económica deberá contener la siguiente información:

- Desglose y cuantificación de los costos (honorarios por consultor, viáticos de alimentación, hospedaje, transporte por persona que participa dentro del equipo de la consultoría).
- Debe incluir el pago de los impuestos respectivos de Ley.

Los documentos deberán de ser enviados por correo electrónico a la atención del Sub-Director de Pana Pana, Luis Wilson Guill, correo: subdirector@panapanaimf.org y a la Coordinadora del Proyecto Tania Haydee Díaz Rivas, correo: taniadr11@hotmail.com.

El Equipo consultor deberá elegir a un Coordinador, quién deberá remitir una carta de presentación, donde exprese los nombres de las personas que integran su equipo y el interés que tiene en participar en el proceso de la presente consultoría, adjuntándole a la misiva la propuesta de oferta técnica y económica, acompañada de los Curriculum Vitae completos de cada uno de los miembros del equipo y cualquier otra información de soporte que se considere relevante.

La fecha Límite de recepción de propuesta técnica y económica es el día **VIERNES 01 DE NOVIEMBRE A MÁS TARDAR A LA 1:00PM**. Solamente se aceptarán las propuestas recibidas por correo electrónico.

Se seleccionará a el/la Consultor/a o firma en base a los criterios de la calificación técnica solicitada en los TdR, la propuesta económica y técnica.

PANA PANA se reserva el derecho de declarar desierta la licitación. Las propuestas y documentación enviada no serán devueltas.

