

Términos de Referencia para un contrato de servicios que permita fortalecer las capacidades en materia de acceso a mercados para los socios implementadores de la Estrategia de Turismo Comunitario en los paisajes de Península de Yucatán, Chiapas y Oaxaca, como parte del proyecto Comunidades Prósperas y Sostenibles (CPS)

I. ANTECEDENTES

The Nature Conservancy es una organización sin fines de lucro con presencia en México desde hace más de 30 años. En colaboración con nuestros socios locales hemos gestionado proyectos que promueven la conservación de la naturaleza de manera compatible con el desarrollo humano y económico. Dentro de nuestras prioridades, se encuentra el combate al cambio climático, proteger el agua y las tierras, proveer alimento y agua.

Alineado a nuestras metas al 2030, en el 2021 se inició el proyecto “Comunidades Prósperas y Sostenibles” (CPS) liderado por The Nature Conservancy (TNC) en colaboración con las organizaciones Technoserve (TNS), Nuup, Findeca, Dalberg, financiado por la Agencia de Desarrollo Internacional de los Estados Unidos (USAID, por sus siglas en inglés). El objetivo de este proyecto de cinco años es incrementar las hectáreas bajo manejo sostenible y crear o mejorar cadenas de valor de productos agropecuarios o forestales para fomentar economías locales justas, equitativas y rentables. Este proyecto busca la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero (GEI), la reducción de la deforestación, y la mejora de los medios de vida de pequeños productores/as del Sureste de México (Campeche, Chiapas, Oaxaca, Quintana Roo y Yucatán) buscando obtener tres resultados clave en seis cadenas productivas (miel, ganadería, café, cacao, turismo comunitario y manejo forestal).

Resultados clave:

1. Productoras, productores y promotores de turismo comunitario fortalecidos en transición y manteniendo prácticas sostenibles y replicables.
2. Mejor integración de pequeñas empresas agrícolas, pecuarias, forestales y de turismo comunitario en sistemas del mercado con actores éticos.
3. Mayor acceso para productores/as y promotores/as de Turismo Comunitario a sistemas financieros inclusivos y movilización de recursos adicionales.

Para lograrlos, el proyecto CPS contempla cuatro componentes:

- | | |
|---------------|--|
| Componente 1. | Fortalecimiento del capital social y las capacidades técnicas para adoptar prácticas sostenibles. |
| Componente 2. | Promoción para el acceso a mercados éticos. |
| Componente 3. | Acceso a servicios financieros para pequeños/as productores/as y movilización de recursos adicionales. |
| Componente 4. | Mecanismos de inversión gobiernos del sureste. |

Redes de Innovación Territorial (RITER)

En el año 2021, TNC impulsó en la Península de Yucatán un modelo de desarrollo de capacidades en redes con un enfoque basado en el manejo integral del paisaje, conocido como [Redes de Innovación Territorial \(RITER\)](#).

Las RITER son comunidades de aprendizaje conformadas por una red de productoras/es que intercambian conocimientos, prácticas y tecnologías entre pares, su acción colectiva permite escalar la adopción de innovaciones sostenibles, los enfoques de producción agroecológica y de conservación. Las RITER tienen como objetivo contribuir al desarrollo del liderazgo social y la gobernanza local mediante el empoderamiento de productoras/es que impulsen la transformación territorial.

Las RITER se han establecido como plataformas multi-actor que recuperan los conocimientos y la sabiduría ancestral, conectando la ciencia y la investigación con la extensión rural y las cadenas de valor, mediante espacios para la difusión de conocimientos, buenas prácticas, tecnología e información que contribuyen al desarrollo rural sostenible y carbono neutro. Para ello, la identificación y sensibilización de actores, el fortalecimiento de capacidades técnicas y de habilidades blandas, así como la vinculación multisectorial han sido claves.

Estrategia de Turismo Comunitario

El proyecto CPS pretende continuar y extender los efectos de las RITER con el fin de construir una masa crítica de personas productoras y promotoras de turismo comunitario de naturaleza que apoyen la visión de un paisaje sostenible donde puedan asegurar su modo de vida, la alimentación de sus familias y comunidades, la adopción o continuidad de estrategias de turismo sostenibles que incluyan el fortalecimiento de las capacidades de personas promotoras, grupos organizados y pequeñas empresas turísticas por medio del aprendizaje en redes, la educación andragógica, la articulación y la construcción de tejidos de liderazgo social.

La Estrategia de Turismo Comunitario es un eje transversal que busca canalizar los esfuerzos de las RITER hacia el cumplimiento de los objetivos específicos del proyecto CPS en los tres paisajes donde opera: (a) Calakmul, Campeche en la Península de Yucatán; (b) Selva Lacandona o Sierra Madre en Chiapas y; (c) Sierra Sur de Oaxaca, específicamente en la región de Putla y Miahuatlán.

Para cada uno de los paisajes delimitados TNC lleva a cabo un proceso de selección de un socio implementador, aliados clave en territorio, quienes llevan a cabo acciones en el marco de las RITER para el cumplimiento de los objetivos del proyecto CPS.

Acceso a mercados dentro CPS

El proyecto CPS contempla en su componente número 2 la promoción para el acceso a mercados a través del desarrollo de habilidades y capacidades en aspectos como el liderazgo, la gestión, mercadotecnia, calidad y logística para que las personas accedan a modelos de negocio inclusivos. Nos apoyamos en soluciones digitales que facilitan dicho acceso y el intercambio de información entre las personas que producen y las empresas que buscan productos con trazabilidad.

En este sentido y vinculado con la cadena de valor de turismo comunitario, se consideran alianzas con intermediarios como agencias de viajes y turoperadoras éticas, cuyo *target* se centra en la atención a un mercado consciente y con enfoque a la conservación, convirtiéndose en mejores mercados para las organizaciones de base comunitaria. Producto de una serie de esfuerzos que TNC ha realizado previamente en materia de turismo comunitario, entre las

conclusiones destaca la necesidad de acercar a las empresas hacia nuevas oportunidades de captación de un nicho de mercado ávido de este tipo de experiencias.

Lo anterior busca atender las necesidades detectadas en algunas organizaciones de base comunitaria dedicadas al turismo de visibilizar la oferta, concertar alianzas comerciales y con ello, mejorar la competitividad a nivel regional.

II. OBJETIVO DE LA CONSULTORÍA

Fortalecer las capacidades de los socios implementadores de las RITER del proyecto CPS en materia de promoción y acceso a mercados que sean replicables a las organizaciones de base dedicadas al turismo comunitario en cada uno de los paisajes donde se aplicará la Estrategia de Turismo Comunitario: Península de Yucatán (paisaje Calakmul), Chiapas (Sierra Madre) y Oaxaca (Sierra Sur).

Objetivos específicos

1. Capacitar a 3 socios implementadores, uno por paisaje: Península de Yucatán (Calakmul), Chiapas (Sierra Madre) y Oaxaca (Sierra Sur).
2. Proporcionar herramientas teórico-prácticas adecuadas a las necesidades de cada uno de los socios implementadores y a las particularidades de cada paisaje en materia de promoción y acceso a mercados.
3. Implementar una estrategia de vinculación comercial que permita establecer al menos una alianza comercial para cada socio implementador.
4. Brindar acompañamiento a los socios implementadores en el proceso de réplica a por lo menos 25 promotores de turismo comunitario en los paisajes en los que trabajan.

III. ACTIVIDADES

- Realizar una sesión de trabajo con cada uno de los socios para la alineación de alcances y tiempo de ejecución del plan de trabajo.
- Elaborar e implementar una metodología de fortalecimiento y réplica de capacidades en materia de promoción y acceso a mercados adecuada a las necesidades de cada socio.
 - Tomar como base el modelo de *market ready*.
 - Considerar acciones de continuidad más allá de la ejecución del proyecto.
 - Considerar esquemas de capacitación presenciales, virtuales o híbridas.
- Dotar de materiales didácticos a los socios implementadores para su proceso de réplica, así como herramientas de consulta y metodologías que aporten a mejorar los procesos de búsqueda y selección de alianzas comerciales.
- Brindar acompañamiento a los socios implementadores en el proceso de réplica a promotores de turismo comunitario en los paisajes.
- Elaborar e implementar una estrategia de vinculación comercial para el turismo comunitario acorde a las necesidades de cada paisaje.

IV. ENTREGABLES

1. Un plan de trabajo por cada socio implementador ajustado en la sesión de trabajo para la alineación de alcances y tiempo de ejecución.
2. Metodología de fortalecimiento de capacidades, implementación y réplica en materia de promoción y acceso a mercados con base en el modelo *market ready*.
3. Paquete de materiales didácticos, herramientas de consulta y metodologías para la búsqueda en materia de promoción y acceso a mercados.
4. Estrategia de vinculación comercial y propuesta para la consecución de alianzas.
 - a. Incluir un listado de empresas (turoperadoras, agencias) éticas con enfoque a la conservación para posibles alianzas.
 - b. Reporte de alianzas conseguidas con cada uno de los socios.
 - c. Reporte del impacto esperado por cada una de las alianzas.
5. Informe de la implementación de la metodología de fortalecimiento de capacidades y principales hallazgos de la implementación de la estrategia de vinculación comercial.

El medio de entrega de los productos será en versiones editables vía Box dirigido a Sebastián Duarte (s.duarteperes@tnc.org) a más tardar a las 24:00 horas del día mencionado en el calendario de pagos.

V. DURACIÓN DEL CONTRATO

El presente contrato contempla un periodo de ejecución de 6 meses a partir de la firma de este.

VI. VALOR DEL CONTRATO Y CALENDARIO DE PAGOS

El valor total del contrato es de 30,000 dólares americanos. Los pagos se realizarán contra la entrega de productos a plena satisfacción de TNC conforme al siguiente calendario de pagos:

No.	Entregables	Fecha de entrega	Monto a pagar en USD
	Firma del contrato	29 de abril 2024	
1	Tres planes de trabajo ajustados en la sesión de trabajo con cada socio implementador para la alineación de alcances y tiempos de ejecución.	31 de mayo 2024	8,000 USD
2	Metodología de fortalecimiento de capacidades, implementación y réplica en materia de promoción y acceso a mercados con base en el modelo <i>market ready</i> .	28 de junio 2024	7,000 USD
3	Estrategia de vinculación comercial y propuesta para la consecución de alianzas		

4	Paquete de materiales didácticos, herramientas de consulta y metodologías para la búsqueda en materia de promoción y acceso a mercados.	30 de agosto 2024	10,000 USD
5	Informe de la implementación de la metodología de fortalecimiento de capacidades y principales hallazgos de la implementación de la estrategia de vinculación comercial	25 de octubre 2024	5,000 USD

VII. CRITERIOS DE SELECCIÓN

La organización o empresa consultora se someterá a evaluación con base en los siguientes criterios de selección, los cuales deberán ser comprobables:

	Criterios de Selección	Puntaje
1	Experiencia en capacitación y acompañamiento a procesos de formación en materia de promoción y acceso a mercados para el turismo comunitario.	35
2	Experiencia en el sector ambiental/social/comunitario a nivel regional en cada uno de los paisajes: Península de Yucatán, Chiapas y Oaxaca.	25
3	Propuesta creativa y de estrategia que se ajuste a los objetivos del proyecto.	20
4	Equipo multidisciplinario y con enfoque de género.	10
5	Presupuesto competitivo.	10

VIII. REQUISITOS ADMINISTRATIVOS

1. Acta constitutiva
2. Poder de representante legal
3. INE del representante legal
4. RFC y Constancia de situación fiscal
5. Cumplimiento SAT vigente
6. Comprobante de domicilio
7. Carátula de cuenta bancaria y CLABE
8. Opinión de cumplimiento IMSS
9. Carta de la organización certificando que no hay litigio pendiente contra la organización, firmada por una persona con autoridad para vincular a la organización (escrito libre, en hoja membretada de la organización).

IX. OTROS GASTOS

La organización o empresa contratista no está autorizada para solicitar reembolsos por gastos de viaje u otro tipo de gastos adicionales, cuyo monto no esté incluido dentro de los honorarios acordados.

En el caso de requerir la participación en intercambios del proyecto fuera de la región, el proyecto cubrirá los gastos de los participantes de la RITER.

X. CONVOCATORIA PARA PARTICIPANTES

Las organizaciones o empresas interesadas deberán enviar una propuesta de concepto de metodología, plan de trabajo, cronograma, presentación del equipo, presupuesto detallado y una muestra de cartera de proyectos o consultorías relevantes conforme a los criterios de selección. Los documentos deberán ser enviados al correo s.duarteperetz@tnc.org a más tardar el **15 de abril** del año en curso. El asunto del correo electrónico debe indicar el nombre de la consultoría y nombre de la organización interesada.