# TÉRMINOS DE REFERENCIA

**CONSULTORÍA:**

**“Consultoría integral para el desarrollo de herramientas de comunicación, promoción comercial y ecosistema digital de APROCHOC y sus socios”**

**Proyecto**
**“Innovación y tecnología en la producción sostenible y comercialización de chocolate Bean to Bar”**
**Resultado Intermedio 3 – Producto 3.2 – Actividad A323**

**Perú, noviembre del 2026**

En el marco del Programa SeCompetitivo (Fase III) los presentes Términos de Referencia (TdRs) definen objetivos, actividades, productos y las condiciones del servicio de consultoría requerimos para la implementación de la A323, que serán financiados con recursos de la Cooperación Económica Suiza - SECO.

## I. INTRODUCCIÓN

El **Programa SeCompetitivo** es una iniciativa de la Cooperación Económica Suiza – SECO que busca apoyar al Perú en la mejora de la competitividad del sector privado, contribuyendo así al desarrollo económico sostenible y la reducción de la pobreza. El programa se ejecuta en colaboración con el Ministerio de Economía y Finanzas – MEF, a través de su Viceministerio de Economía – VME y la Secretaría Técnica del Consejo Nacional de Competitividad y Formalización – CNCF, como Contraparte Nacional, y cuenta con Helvetas Swiss Intercooperation, en el rol de Facilitador Nacional. El Programa SeCompetitivo en la Fase III, interviene en tres áreas estratégicas:

I. Desarrollo productivo innovador y sostenible para el acceso a mercados: busca mejorar la productividad, calidad y capacidad de innovación de las cadenas de valor priorizadas; fomentar bienes y servicios de mayor valor agregado; y apoyar la integración de empresas y organizaciones a mercados competitivos.
II. Mejora del clima de negocios, la facilitación del comercio y el acceso a financiamiento: tiene por finalidad simplificar trámites para impulsar la formalización; promover el acceso a servicios financieros; facilitar y reducir el costo del comercio transfronterizo.
III. Fortalecimiento de competencias orientadas a las necesidades del mercado: busca incrementar la productividad del trabajo y mejorar la oferta de formación, certificación, información en las cadenas priorizadas.

La implementación del Programa SeCompetitivo se llevará a cabo a través de tres mecanismos:

A. Mecanismo A - Iniciativas de Política Pública: Asistencia técnica a entidades públicas en el diseño y/o implementación de políticas que conduzcan a una mayor productividad y competitividad, en concordancia con las políticas nacionales en materia de competitividad.
B. Mecanismo B - Proyectos de Cadenas de Valor Competitivas: Fortalecimiento de cadenas de valor a nivel regional a fin de aumentar la productividad, la oferta exportable y la generación de empleo.
C. Mecanismo C - Asesoría especializada: Asesoría especializada y asistencia técnica con el apoyo de una red de instituciones y expertos suizos.

En el marco de la Fase III de SeCompetitivo y del Mecanismo B – Proyectos de Cadenas de Valor Competitivas, Helvetas Swiss Intercooperation suscribió con la Asociación Peruana de Productores de Cacao (APPCACAO) y la Asociación para la Promoción del Chocolate Peruano (APROCHOC) el Convenio de Cofinanciamiento N° 10-2025 para la ejecución del proyecto “Innovación y tecnología en la producción sostenible y comercialización de chocolate Bean to Bar”.

El proyecto busca fortalecer la competitividad de las MIPYMEs y organizaciones vinculadas a la producción de chocolate, mediante acciones orientadas a mejorar la calidad, innovación, sostenibilidad, gestión empresarial, promoción comercial y acceso a mercados.

La presente consultoría se enmarca en el Resultado Intermedio 3: “Organizaciones y pequeñas empresas implementan mecanismos de promoción comercial a nivel nacional e internacional”, específicamente en el Producto 3.2: “Fortalecer la internacionalización de las organizaciones y empresas productoras de chocolate” y la Actividad A323: “Desarrollo de material de promoción (web, redes sociales, videos, catálogos, otros)”.

De acuerdo con el Anexo A del proyecto, la Actividad A323 contempla el desarrollo de materiales y herramientas de información, comunicación y promoción comercial orientados a difundir los beneficios del consumo de chocolate y su impacto social, ambiental y económico en beneficio de los productores, así como a fortalecer el posicionamiento de los productos de los socios de APROCHOC. Asimismo, prevé una

plataforma de ventas en línea administrada por la Asociación; sin embargo, considerando las condiciones logísticas, los recursos disponibles y la viabilidad operativa para su implementación y sostenibilidad, esta plataforma no formará parte del alcance de la presente consultoría.

La consultoría se articula con el Objetivo Estratégico 4 (OE4): Acceso a mercados y posicionamiento del Plan Estratégico de APROCHOC 2026–2030, que contempla fortalecer la presencia comercial de sus socios en mercados nacionales e internacionales mediante el desarrollo de una marca colectiva, un catálogo digital bilingüe y acciones orientadas a promover el consumo de chocolate de calidad.

Con la finalidad de asegurar la coherencia entre la construcción de las marcas y su aplicación en las herramientas de promoción comercial, esta consultoría integra los componentes estratégicos y creativos inicialmente previstos en la Actividad A322. Estos comprenden la definición participativa de una propuesta de valor compartida y los atributos diferenciadores de los productos de los socios, así como el desarrollo y validación del *naming* y la identidad visual de la marca colectiva de chocolate, el *rebranding* institucional de APROCHOC y la definición de una arquitectura que permita diferenciar y articular ambas marcas.

La propuesta de valor compartida, sustentada en atributos como el enfoque Bean to Bar, el origen amazónico, el cacao fino de aroma, la sostenibilidad, la trazabilidad y otros criterios consensuados por los socios, constituirá la base estratégica para el posicionamiento de la marca colectiva. Asimismo, deberá guardar coherencia con los estándares, condiciones de uso y mecanismos de gobernanza establecidos en el Reglamento de Uso, a fin de fortalecer su diferenciación, credibilidad y adecuada gestión por parte de APROCHOC y sus socios autorizados.

Por su naturaleza especializada, la evaluación de viabilidad registral, la elaboración y validación participativa del Reglamento de Uso y la preparación, presentación y seguimiento de las solicitudes de registro de ambas marcas ante INDECOPI corresponden a la consultoría A322, a cargo de un/a especialista en propiedad intelectual. En consecuencia, ambas consultorías deberán articular sus actividades y cronogramas, asegurando que las propuestas preliminares de *naming* e identidad visual desarrolladas en A323 sean evaluadas por A322 antes de su aprobación definitiva y que se proporcionen oportunamente los insumos necesarios para el proceso registral.

En este marco, la consultoría A323 comprenderá el desarrollo e implementación del Plan de Información, Comunicación y Promoción Digital, contenidos fotográficos, audiovisuales y gráficos, un catálogo digital bilingüe, herramientas para redes sociales y un sitio web institucional bilingüe, responsive y autoadministrable. Estas soluciones deberán integrar coherentemente las identidades de marca desarrolladas y validadas, priorizando su calidad, funcionalidad, facilidad de actualización, escalabilidad y sostenibilidad, procurando minimizar los costos recurrentes y la dependencia de proveedores externos.

## II. OBJETIVOS DE LA CONSULTORÍA

**General**

- Desarrollar e implementar de manera integrada la identidad de marca, las herramientas de comunicación y promoción comercial y la presencia digital de APROCHOC y sus socios, con el propósito de fortalecer su visibilidad, posicionamiento y acceso a mercados, mediante soluciones funcionales, costo-eficientes, escalables y sostenibles.

**Específicos**

- Definir participativamente, con APROCHOC y sus socios, la propuesta de valor compartida y los atributos diferenciadores que caracterizarán a los productos identificados con la marca colectiva de chocolate, considerando aspectos como el enfoque Bean to Bar, el origen amazónico, el cacao fino de aroma, la sostenibilidad, la trazabilidad, los estándares de calidad y otros atributos que sean consensuados. La propuesta de valor y los atributos diferenciadores constituirán la base estratégica y conceptual para el desarrollo del naming, la identidad visual, los mensajes de comunicación y las herramientas de promoción comercial de la marca colectiva, así como para su articulación con los criterios y condiciones de uso que serán establecidos en el Reglamento de Uso correspondiente a la

Actividad A322.

- Desarrollar y validar participativamente el naming y la identidad visual de la marca colectiva de chocolate, en coordinación con el/la consultor/a especializado/a en propiedad intelectual, a fin de asegurar su articulación con el proceso de registro ante INDECOPI.
- Desarrollar el rebranding y la identidad visual institucional de APROCHOC, definiendo una arquitectura de marca que permita articular y diferenciar adecuadamente la identidad institucional y la marca colectiva.
- Diseñar un Plan de Información, Comunicación y Promoción Digital que articule públicos objetivo, mensajes, contenidos, canales, acciones e indicadores para fortalecer la comunicación y promoción de APROCHOC y sus socios.
- Producir un banco de contenidos fotográficos, audiovisuales y gráficos reutilizables para el sitio web, catálogo digital, redes sociales y otros medios de promoción.
- Elaborar un catálogo digital bilingüe (español–inglés) de los socios de APROCHOC y su oferta comercial.
- Fortalecer la presencia de APROCHOC en redes sociales, mediante lineamientos de gestión, plantillas gráficas y contenidos iniciales alineados con las identidades desarrolladas.
- Desarrollar e implementar un sitio web bilingüe, responsive y autoadministrable, articulado con las herramientas de comunicación y promoción desarrolladas en la consultoría.
- Transferir capacidades a APROCHOC para la gestión y actualización de las herramientas desarrolladas, incluyendo la entrega organizada de archivos editables, accesos, credenciales, manuales y demás recursos necesarios para su administración autónoma.

## III. ALCANCE Y METODOLOGÍA

### Alcance

La consultoría comprenderá cinco componentes articulados:

i) **Desarrollo de la marca colectiva e identidad institucional:** Comprende la definición participativa de la propuesta de valor compartida y los atributos diferenciadores de los productos de los socios de APROCHOC; el desarrollo y validación del naming y la identidad visual de la marca colectiva de chocolate; el rebranding de la identidad institucional de APROCHOC; y la definición de una arquitectura de marca que permita diferenciar y articular ambas identidades. El desarrollo de las propuestas creativas deberá realizarse en coordinación permanente con el/la consultor/a especializado/a en propiedad intelectual responsable de la Actividad A322, a fin de asegurar que las denominaciones e identidades visuales propuestas sean sometidas a una evaluación de viabilidad registral antes de su aprobación definitiva. Asimismo, la construcción de la identidad de la marca colectiva deberá guardar coherencia con los atributos diferenciadores, estándares aplicables, criterios de uso y mecanismos de gobernanza que serán establecidos en el Reglamento de Uso elaborado en el marco de la Actividad A322.

ii) **Estrategia de información, comunicación y promoción digital**, orientada a definir públicos, mensajes, contenidos, canales, acciones e indicadores.

iii) **Producción de contenidos fotográficos, audiovisuales y gráficos**, reutilizables en los diferentes medios y herramientas de comunicación y promoción.

iv) **Elaboración de un catálogo digital bilingüe (español–inglés)** de los socios de APROCHOC y su oferta comercial.

v) **Fortalecimiento de la presencia digital**, mediante redes sociales y el desarrollo de un sitio web institucional bilingüe, *responsive* y autoadministrable.

La consultoría abarcará tanto la dimensión institucional de APROCHOC como la promoción comercial de sus socios y productos, en concordancia con la Actividad A323, procurando una aplicación coherente de la identidad institucional y la marca colectiva en los contenidos, materiales y herramientas de comunicación y promoción desarrollados. Asimismo, se articulará con el componente legal de la Actividad A322, particularmente en lo relacionado con el registro de la marca colectiva y su Reglamento de Uso.

El servicio se desarrollará bajo criterios de calidad, pertinencia, costo-eficiencia, reutilización, escalabilidad y sostenibilidad, priorizando herramientas y contenidos versátiles, de uso multiplataforma y de fácil actualización y administración por APROCHOC, que contribuyan a la promoción comercial y permitan optimizar los recursos disponibles.

Las soluciones tecnológicas deberán ser confiables, sostenibles y de bajo costo recurrente, procurando minimizar la dependencia de proveedores externos. Toda licencia, plugin, dominio, hosting o servicio de terceros requerido deberá identificarse previamente, indicando su costo inicial y recurrente, periodo de vigencia, condiciones de renovación y responsable de asumir dichos costos una vez culminada la consultoría.

**Metodología**

La metodología será participativa, estratégica, creativa, digital y orientada a resultados, promoviendo la participación de APROCHOC y sus socios en las etapas de diagnóstico, desarrollo y validación que correspondan. Asimismo, priorizará soluciones tecnológicas administrables, escalables y sostenibles, que faciliten su gestión posterior por APROCHOC y minimicen la dependencia de proveedores externos. El servicio comprenderá las siguientes etapas:

1. **Diagnóstico y planificación:** revisión de información disponible, identificación de necesidades y definición de la ruta de trabajo.
2. **Desarrollo y validación de marcas:** definición participativa de la propuesta de valor y los atributos diferenciadores de la marca colectiva, desarrollo del *naming*, identidad visual de la marca colectiva, *rebranding* institucional y arquitectura de marca, incluyendo la coordinación con el/la especialista en propiedad intelectual.
3. **Estrategia de comunicación y promoción:** formulación del Plan de Información, Comunicación y Promoción Digital.
4. **Producción de contenidos:** desarrollo del banco fotográfico, audiovisual y gráfico, así como de los contenidos requeridos para las herramientas promocionales.
5. **Desarrollo e implementación de herramientas:** elaboración del catálogo digital, fortalecimiento de redes sociales y desarrollo del sitio web bilingüe y autoadministrable.
6. **Integración, validación y pruebas:** revisión de la coherencia gráfica y comunicacional, funcionamiento de las herramientas digitales y realización de los ajustes correspondientes.
7. **Transferencia y cierre:** entrega de archivos editables, accesos, credenciales, manuales y demás recursos desarrollados, acompañada de la transferencia de conocimientos para su gestión y actualización por APROCHOC.

El/la consultor/a deberá mantener una coordinación permanente con el equipo responsable de la Actividad A322, encargado de la evaluación de viabilidad registral y del proceso de registro de las marcas ante INDECOPI.

Para ello, deberá remitir oportunamente las propuestas preliminares de denominación (naming) e identidad visual de la marca colectiva y de la marca institucional, a fin de que sean evaluadas desde el punto de vista registral antes de su aprobación definitiva.

Las recomendaciones legales formuladas por la consultoría A322 deberán ser consideradas en el desarrollo y validación de las identidades de marca. Asimismo, el/la consultor/a de A323 deberá proporcionar los insumos conceptuales, técnicos y gráficos necesarios para la preparación de los expedientes de registro y la elaboración del Reglamento de Uso de la marca colectiva.

Esta articulación deberá reflejarse en un cronograma coordinado de actividades y entregables, compatible con los plazos contractuales de ambas consultorías, sin alterar unilateralmente los compromisos establecidos.

## IV. ACTIVIDADES

### 4.1. Diagnóstico y planificación

- Revisar el Anexo A, el Plan Estratégico de APROCHOC 2026–2030 y la información relevante disponible.
- Evaluar los activos digitales y materiales promocionales existentes.
- Sistematizar la información institucional, comercial y de productos de los socios.
- Identificar públicos objetivo, necesidades de comunicación y canales prioritarios.
- Establecer una línea base de indicadores digitales disponibles.
- Priorizar herramientas y contenidos considerando impacto, calidad, costo y sostenibilidad.

### 4.2. Desarrollo y validación de marca

- Facilitar un proceso participativo con APROCHOC y sus socios para definir la propuesta de valor compartida y los atributos diferenciadores de la marca colectiva de chocolate, considerando el enfoque Bean to Bar, el origen amazónico, el cacao fino de aroma, la sostenibilidad, la trazabilidad y otros atributos consensuados.
- Sistematizar los atributos, valores y elementos diferenciadores que sustentarán el posicionamiento de la marca colectiva y su articulación con la identidad institucional de APROCHOC.
- Desarrollar alternativas de naming e identidad visual de la marca colectiva, en coordinación con el/la consultor/a especializado/a en propiedad intelectual de la Actividad A322, sometiendo las propuestas preliminares a una evaluación de viabilidad registral antes de su selección y aprobación definitiva.
- Evaluar la identidad institucional de APROCHOC y desarrollar una propuesta de rebranding, considerando su naturaleza gremial, sus objetivos estratégicos y los servicios que brinda o pueda brindar a sus asociados.
- Definir una arquitectura de marca que permita diferenciar y articular la marca colectiva de chocolate y la marca institucional de APROCHOC, estableciendo criterios claros para su aplicación en materiales de comunicación, promoción comercial y herramientas digitales.
- Validar participativamente las propuestas de marca con APROCHOC y sus socios, incorporando las recomendaciones legales formuladas por la consultoría A322.
- Definir los lineamientos de identidad visual y aplicación de ambas marcas, procurando su coherencia con la propuesta de valor compartida y, en el caso de la marca colectiva, con los criterios de uso y mecanismos de gobernanza establecidos en el Reglamento de Uso.
- Proporcionar oportunamente a la consultoría A322 los insumos conceptuales, técnicos y gráficos requeridos para la elaboración del Reglamento de Uso y la preparación de los expedientes de registro ante INDECOPI.
- Entregar las propuestas de naming, identidades visuales y arquitectura de marca aprobadas, incluyendo sus respectivos manuales de identidad, lineamientos de aplicación y archivos finales y editables.

### 4.3. Plan de Información, Comunicación y Promoción Digital

- Definir objetivos, públicos y mensajes clave.
- Establecer pilares, tipos de contenidos y canales prioritarios.
- Definir lineamientos para redes sociales.
- Elaborar un calendario editorial referencial.
- Establecer indicadores básicos de desempeño.

El Plan deberá articular la comunicación de **APROCHOC, la marca colectiva, los socios y su oferta comercial**, asegurando coherencia entre mensajes, contenidos y canales.

### 4.4. Contenidos fotográficos, audiovisuales y gráficos

- Definir el concepto y criterios visuales en concordancia con las identidades desarrolladas.
- Producir un banco fotográfico y contenidos audiovisuales de los socios y productos priorizados.
- Generar versiones adaptadas para web y redes sociales.

- Diseñar plantillas gráficas editables y reutilizables.
- Entregar los archivos originales, finales y editables.

La cantidad, tipología y características técnicas de los contenidos fotográficos, audiovisuales y gráficos deberán ser precisadas por cada postor en su propuesta técnica, identificando como mínimo los productos ofrecidos, formatos de entrega, duración de las piezas audiovisuales, resolución de las fotografías y videos, número de plantillas gráficas y demás especificaciones necesarias para verificar su cumplimiento.

La propuesta deberá priorizar la calidad, representatividad de los socios y productos de APROCHOC, reutilización multiplataforma y eficiencia en el uso de los recursos disponibles.
Las cantidades y características aprobadas como parte de la propuesta técnica y del Plan de Trabajo constituirán compromisos verificables para la ejecución del servicio y la conformidad de los productos correspondientes.

**4.5. Catálogo digital bilingüe**

- Diseñar un catálogo digital de los socios de APROCHOC y sus principales productos.
- Desarrollar fichas estandarizadas y reutilizables por socio y/o producto.
- Incorporar fotografías, información comercial, certificaciones verificables, contactos y canales de compra.
- Incorporar enlaces y/o códigos QR cuando corresponda.
- Desarrollar versiones en español e inglés.
- Entregar el archivo editable y una plantilla para su posterior actualización.

El catálogo deberá facilitar la actualización y reutilización de sus contenidos y guardar correspondencia con la información presentada en el sitio web

**4.6. Redes sociales y sitio web**

- Evaluar y optimizar las cuentas de redes sociales existentes de APROCHOC, estableciendo lineamientos para su administración, actualización y articulación con las herramientas de promoción comercial.
- Desarrollar contenidos iniciales para redes sociales, alineados con la identidad institucional de APROCHOC, la propuesta de valor de la marca colectiva y los atributos diferenciadores de los productos de sus socios.
- Diseñar e implementar un sitio web institucional bilingüe (español–inglés), responsive y autoadministrable mediante un sistema de gestión de contenidos (CMS), que facilite su actualización posterior por APROCHOC.
- Incorporar información institucional, presentación de socios, productos, atributos diferenciadores, información comercial y mecanismos de contacto.
- Articular el sitio web con el catálogo digital bilingüe y las redes sociales, asegurando coherencia gráfica, comunicacional y comercial.
- Implementar herramientas básicas de posicionamiento en buscadores (SEO) y analítica digital, que permitan medir el desempeño y uso de los contenidos.
- Realizar pruebas de funcionalidad, navegación, accesibilidad básica, usabilidad y visualización en diferentes dispositivos, efectuando los ajustes correspondientes.
- Entregar la documentación técnica, accesos, credenciales y herramientas necesarias para la administración autónoma del sitio web.

El sitio web tendrá carácter institucional, informativo y promocional, sin incluir funcionalidades de comercio electrónico, procesamiento de pagos ni administración de transacciones de venta en línea. La utilización de la marca colectiva en los contenidos, materiales promocionales y herramientas digitales deberá considerar las recomendaciones del especialista en propiedad intelectual de la Actividad A322 y el estado del procedimiento registral ante INDECOPI. En ningún caso deberá

presentarse la marca como registrada mientras no se haya obtenido la resolución correspondiente.

La consultoría incluirá el desarrollo de lineamientos, herramientas y contenidos iniciales para redes sociales, sin comprender su administración permanente posterior a la culminación del servicio.

**4.7. Transferencia y medición**

- Elaborar un reporte de métricas digitales e indicadores para su seguimiento.
- Capacitar al equipo designado por APROCHOC en la gestión de las herramientas desarrolladas.
- Entregar manuales, archivos editables, accesos, credenciales y documentación técnica.
- Transferir la administración de las herramientas y activos digitales desarrollados.
- Realizar una reunión final de transferencia y cierre.

## V. PRODUCTOS

El/la consultor/a deberá presentar los siguientes productos, debidamente sustentados y acompañados de los archivos editables y medios de verificación correspondientes:

| N° | Producto | Contenido mínimo |
|---|---|---|
| 1 | Plan de Trabajo, diagnóstico y propuestas iniciales de marca | Plan de Trabajo que incluya la metodología, cronograma de actividades, responsables, mecanismos de coordinación y validación, así como la articulación con la consultoría A322.<br>Diagnóstico de los activos institucionales, materiales promocionales y herramientas digitales existentes de APROCHOC, incluyendo la identificación de públicos objetivo, canales prioritarios y necesidades de comunicación y promoción comercial.<br>Documento de sistematización de la propuesta de valor compartida y los atributos diferenciadores de los productos de los socios de APROCHOC, definidos participativamente, que constituirá la base estratégica para la construcción de la marca colectiva.<br>Propuestas preliminares de naming e identidad visual de la marca colectiva de chocolate y de rebranding de la identidad institucional de APROCHOC, acompañadas de su sustento conceptual y de los insumos técnicos y gráficos necesarios para la evaluación inicial de viabilidad registral por la consultoría A322.<br>El producto deberá incluir los medios de verificación del proceso participativo desarrollado y la evidencia de remisión de las propuestas preliminares al equipo responsable de la Actividad A322 para su evaluación registral. |
| 2 | Marcas validadas, Plan de Comunicación y herramientas de promoción | Naming e identidades visuales de la marca colectiva de chocolate y de la marca institucional de APROCHOC, validadas participativamente y aprobadas por las instancias correspondientes, incorporando las recomendaciones de viabilidad registral formuladas por la consultoría A322.<br>Arquitectura de marca, manuales de identidad visual y lineamientos para la utilización y aplicación de ambas marcas en las herramientas de comunicación y promoción comercial, en concordancia con la propuesta de valor compartida y los atributos diferenciadores definidos.<br>Plan de Información, Comunicación y Promoción Digital, que establezca objetivos, públicos prioritarios, mensajes clave, canales, acciones, calendario editorial referencial e indicadores básicos de seguimiento.<br>Banco fotográfico y audiovisual, piezas y plantillas gráficas reutilizables, catálogo digital bilingüe (español–inglés), fichas estandarizadas de socios y productos, y lineamientos y contenidos iniciales para redes sociales, conforme a las especificaciones y cantidades aprobadas en el Plan de Trabajo.<br>El producto deberá incluir los archivos finales y editables, las evidencias de validación institucional y la documentación que acredite la coordinación y la incorporación de las recomendaciones legales de la consultoría A322.<br>Las identidades de marca aprobadas deberán ser entregadas oportunamente al |

| | | |
|---|---|---|
| | | equipo responsable de A322 para permitir la preparación y presentación de los expedientes de registro ante INDECOPI dentro del cronograma coordinado. |
| 3 | Sitio web bilingüe implementado | Sitio web responsive y autoadministrable; información institucional, socios y productos; articulación con catálogo y redes sociales; SEO y analítica básica; pruebas y ajustes; accesos y documentación técnica. |
| 4 | Transferencia e informe final | Reporte de métricas e indicadores disponibles; capacitación; manuales; repositorio de archivos; accesos y credenciales; recomendaciones de mantenimiento y actualización; evidencia de transferencia e informe técnico final. |

Cada producto deberá generar herramientas, contenidos o activos verificables, funcionales y actualizables por APROCHOC, incluyendo los archivos finales y editables que correspondan.

## VI. RESULTADOS ESPERADOS Y CONTRIBUCIÓN A LAS METAS DEL PROYECTO

La consultoría contribuirá al Resultado Intermedio 3, Producto 3.2 y Actividad A323, fortaleciendo la comunicación, promoción y presencia digital de APROCHOC y sus socios, así como la implementación del Plan de Información y Comunicación previsto en el Anexo A.

Al término del servicio, APROCHOC contará con una identidad institucional renovada y una marca colectiva desarrollada, articuladas con un ecosistema de comunicación y promoción integrado que incluya el Plan de Información, Comunicación y Promoción Digital, contenidos reutilizables, catálogo digital bilingüe, herramientas para redes sociales y un sitio web bilingüe y autoadministrable.

Los productos contribuirán asimismo al OE4 del Plan Estratégico de APROCHOC 2026–2030, particularmente a las acciones relacionadas con el posicionamiento, el catálogo digital conjunto y la promoción del consumo de chocolate de calidad.

La sostenibilidad se sustentará en la entrega de herramientas y archivos editables, tecnologías administrables, documentación, accesos y capacitación, que permitan a APROCHOC gestionar y actualizar los activos desarrollados, procurando reducir costos recurrentes y la dependencia de terceros.

## VII. PLAZOS Y LUGAR

### a) PLAZOS

El plazo máximo para la ejecución de la consultoría será de ciento veinte (120) días calendario, contados a partir de la fecha de inicio establecida en el contrato u orden de servicio.

La ejecución deberá organizarse de manera progresiva y articulada con la consultoría correspondiente a la Actividad A322, asegurando que las propuestas preliminares de naming e identidad visual sean sometidas a una evaluación de viabilidad registral antes de su aprobación definitiva.

Cualquier modificación de los plazos que afecte los compromisos establecidos deberá ser previamente coordinada y formalizada conforme a los procedimientos del Proyecto.

### b) LUGAR

Modalidad presencial y virtual, principalmente en Lima. Las sesiones de trabajo y producción de contenidos se desarrollarán en espacios previamente coordinados con APROCHOC y APPCACAO.

- APROCHOC, ubicada en Av. Domingo Orué N° 565, Dpto. B104, Surquillo, Lima;
- APPCACAO, ubicada en Av. Brasil N° 3121, Magdalena del Mar, Lima;

Para optimizar recursos, las sesiones fotográficas y audiovisuales deberán concentrarse y planificarse eficientemente, evitando desplazamientos innecesarios. Cualquier desplazamiento deberá estar incluido en la propuesta económica.

## VIII. RECURSOS Y FACILIDADES PARA LA EJECUCIÓN

**APPCACAO** proporcionará la información del Proyecto y realizará el seguimiento técnico y contractual de la consultoría.

**APROCHOC** facilitará la información institucional y comercial requerida, la coordinación con sus socios y los accesos autorizados necesarios para la ejecución del servicio. Asimismo, facilitará la coordinación con el/la consultor/a especializado/a en propiedad intelectual cuando corresponda.

**El/la consultor/a** deberá proporcionar los equipos, software, recursos tecnológicos y servicios especializados necesarios para la adecuada ejecución de la consultoría.

## IX. PRESUPUESTO Y FORMA DE PAGO

La propuesta económica deberá formularse **a todo costo** e incluir los impuestos y retenciones de ley aplicables, así como los recursos y gastos necesarios para la ejecución integral del servicio, incluyendo honorarios, equipos, *software*, producción gráfica y audiovisual, servicios tecnológicos, desplazamientos, viáticos, servicios especializados o de terceros y demás costos vinculados al cumplimiento de la consultoría.

La propuesta deberá presentar los principales rubros de manera desagregada e identificar los **costos recurrentes** asociados a las soluciones digitales, tales como dominio, *hosting*, licencias, *plugins* u otros servicios tecnológicos, indicando su costo, periodicidad y vigencia.

Las soluciones propuestas deberán guardar correspondencia con el presupuesto disponible y priorizar **calidad, funcionalidad, facilidad de administración, escalabilidad y sostenibilidad**, procurando minimizar los costos recurrentes y la dependencia de proveedores externos, sin afectar el cumplimiento de los objetivos y productos de la consultoría.

Los plazos para la presentación de los productos se contabilizarán a partir de la fecha de inicio establecida en el contrato u orden de servicio. Los pagos se efectuarán **previa presentación y conformidad de cada producto**, de acuerdo con la siguiente distribución:

| Producto | Descripción | Plazo de entrega | % Pago |
|---|---|---|---|
| **1** | Plan de Trabajo, diagnóstico y propuestas iniciales de marca | 30 días calendario | 20 % |
| **2** | Marcas validadas, Plan de Comunicación y herramientas de promoción | 65 días calendario | 30 % |
| **3** | Sitio web bilingüe implementado | 100 días calendario | 30 % |
| **4** | Transferencia e informe final | 120 días calendario | 20 % |
| | | | **100 %** |

## X. PRESENTACIÓN, REVISIÓN Y CONFORMIDAD DE LOS PRODUCTOS

Los productos deberán presentarse en versión digital al/a la Coordinador/a del Proyecto, conforme a los contenidos y especificaciones establecidos en los presentes Términos de Referencia. Cada producto incluirá el informe en formato PDF y editable, así como los anexos y archivos correspondientes, debidamente organizados para facilitar su revisión y posterior utilización por APROCHOC.

Según corresponda, se entregarán los **archivos finales y editables** de las identidades desarrolladas, fotografías, videos, piezas gráficas, plantillas, catálogo digital, contenidos para redes sociales y sitio web; así como manuales, documentación técnica, accesos y demás recursos necesarios para su actualización y administración.

La revisión y conformidad considerará el cumplimiento de los TdR y la **calidad técnica, gráfica, audiovisual y comunicacional** de los productos; su funcionalidad y usabilidad; coherencia con las identidades desarrolladas; adecuada visualización; facilidad de actualización y administración; y ausencia de errores.

Para el **sitio web** se verificará, además, su correcto funcionamiento, navegación y visualización en diferentes dispositivos, enlaces e integraciones, mecanismos de administración, seguridad y respaldo, así como la entrega de accesos y documentación para su gestión.

El/la Coordinador/a del Proyecto realizará la revisión técnica y gestionará la conformidad por parte de **APPCACAO**, previa validación de **APROCHOC** en los componentes institucionales, comunicacionales, promocionales, comerciales y digitales que correspondan.

La revisión de cada producto se realizará en un plazo máximo de **cinco (5) días hábiles** contados a partir del día siguiente de su recepción. De formularse observaciones, el/la consultor/a dispondrá de **cinco (5) días hábiles** desde el día siguiente de su comunicación para subsanarlas. Verificado su cumplimiento, se otorgará la conformidad y se gestionará el pago correspondiente.

**Penalidad por retraso**

En caso de retraso injustificado y atribuible al/a la consultor/a en la presentación de los productos, se podrá aplicar una penalidad equivalente al **1 % del monto correspondiente al producto por cada día calendario de retraso**, conforme a lo establecido en el contrato u orden de servicio.

No se aplicará penalidad cuando el retraso se origine por causas debidamente justificadas y no atribuibles al/a la consultor/a, siempre que sean comunicadas oportunamente y por escrito al/a la Coordinador/a del Proyecto. De corresponder, la reprogramación será coordinada y formalizada conforme a los procedimientos del Proyecto.

Tampoco se considerarán atribuibles al/a la consultor/a los retrasos derivados de la **entrega, revisión o validación de información, insumos, accesos o decisiones** a cargo de APROCHOC, APPCACAO u otras instancias vinculadas al servicio, siempre que el/la consultor/a haya cumplido oportunamente con las obligaciones bajo su responsabilidad.

## XI. ENTIDAD SOLICITANTE Y ENTIDAD ENCARGADA DE LA CONTRATACIÓN

**a. Dependencia Solicitante**

- Asociación para la Promoción del Chocolate Peruano (APROCHOC).

**b. Dependencia Encargada de Realizar la Contratación**

- Asociación Peruana de Productores de Cacao (APPCACAO).

La contratación y administración del servicio se realizarán conforme a los procedimientos establecidos en el Manual Operativo del Programa SeCompetitivo para la ejecución del Proyecto.

## XII. COORDINACIÓN Y RESPONSABILIDADES CONTRACTUALES

**a) Coordinación y supervisión**

El/la consultor/a desarrollará el servicio bajo la coordinación y seguimiento del/de la Coordinador/a del Proyecto, en articulación con APPCACAO y APROCHOC, conforme a los

presentes Términos de Referencia.

Para el desarrollo y validación de las marcas, contenidos, materiales promocionales y herramientas digitales, coordinará con APROCHOC y sus socios, cuando corresponda. Asimismo, para el desarrollo del naming de la marca colectiva, coordinará con el/la consultor/a especializado/a en propiedad intelectual responsable del proceso de registro.

APROCHOC validará los componentes institucionales, comunicacionales, promocionales y comerciales que correspondan, mientras que el/la Coordinador/a del Proyecto realizará el seguimiento técnico y gestionará la conformidad conforme a los procedimientos establecidos.

**b) Propiedad intelectual y activos digitales**

Los informes, identidades visuales, fotografías, videos, piezas gráficas, contenidos, catálogo digital, desarrollos web, archivos técnicos y demás productos elaborados estarán sujetos a las disposiciones sobre propiedad intelectual y titularidad establecidas en el Convenio, contrato, Manual Operativo del Programa SeCompetitivo y demás normativa aplicable.

El/la consultor/a deberá garantizar que los contenidos y recursos utilizados sean originales o cuenten con los derechos, autorizaciones o licencias correspondientes. Cuando se utilicen recursos de terceros, deberá informar su origen, condiciones de uso, vigencia y, de corresponder, costos de renovación.

Los productos deberán entregarse en sus versiones finales y editables, incluyendo archivos fuente, accesos y demás recursos necesarios para su gestión y actualización. Los dominios, cuentas y demás activos digitales implementados deberán quedar bajo control de APROCHOC al término del servicio.

La utilización, publicación y difusión de los productos se sujetará a las disposiciones del Proyecto y, cuando corresponda, a los procedimientos de No Objeción aplicables.

**c) Confidencialidad**

El/la consultor/a deberá mantener la confidencialidad de la información y documentación a la que tenga acceso y utilizarla exclusivamente para la ejecución del servicio.

No podrá divulgar, transferir ni utilizar para otros fines información institucional, comercial o técnica, bases de datos, credenciales, contenidos no publicados u otra información reservada sin autorización previa. Esta obligación se mantendrá vigente después de concluida la relación contractual, conforme a las disposiciones aplicables.

**d) Seguros**

El/la consultor/a será responsable de contar, durante la vigencia del contrato, con un seguro de asistencia médica y/o accidentes personales que brinde cobertura para las actividades y desplazamientos requeridos por el servicio.

## XIII. PERFIL DEL/DE LA CONSULTOR/A O EQUIPO CONSULTOR

Por la naturaleza multidisciplinaria del servicio, podrán postular personas naturales o jurídicas, de manera individual o mediante un equipo consultor, que acrediten capacidad para integrar los componentes de comunicación, promoción comercial, marketing digital, producción de contenidos y soluciones digitales requeridos en los presentes Términos de Referencia.

La propuesta deberá identificar un/a especialista principal, responsable de la coordinación técnica, articulación de los componentes y calidad integral de los productos. Los demás profesionales podrán cubrir una o más especialidades, siempre que acrediten formación y experiencia acordes con las funciones asignadas.

**Formación académica del/de la especialista principal**

Profesional titulado/a en Comunicación, Marketing, Publicidad, Diseño, Administración, Ingeniería de Sistemas, Ingeniería Informática o carreras afines, con formación complementaria y/o experiencia comprobable en comunicación, marketing digital, promoción comercial o gestión de proyectos digitales.

**Experiencia profesional específica**

- Experiencia mínima de tres (3) años en la ejecución de servicios o proyectos de comunicación, marketing digital, promoción comercial o desarrollo de soluciones digitales, debiendo acreditar experiencia en la coordinación o integración de al menos dos de los componentes requeridos en la presente consultoría.
- Experiencia en la coordinación o implementación de proyectos que integren componentes relacionados con el desarrollo de identidad de marca, contenidos promocionales, redes sociales, catálogos digitales, sitios web institucionales u otras herramientas de comunicación y promoción digital.
- Experiencia en la coordinación con clientes, organizaciones o equipos multidisciplinarios y en la elaboración y entrega de productos digitales y archivos editables que faciliten su administración y actualización posterior.

**Capacidades complementarias requeridas**

El/la consultor/a o equipo deberá acreditar, de manera individual o conjunta, capacidades en:

- comunicación y marketing digital;
- diseño gráfico y contenidos promocionales;
- fotografía y/o producción audiovisual;
- gestión y contenidos para redes sociales;
- desarrollo web, UX/UI y sistemas de gestión de contenidos (CMS); y
- SEO y analítica digital.

No será necesario que cada capacidad corresponda a un profesional diferente. Un/a integrante podrá asumir más de una especialidad, siempre que acredite la experiencia necesaria y se garantice la calidad de los productos.

**Experiencia complementaria deseable**

Se valorará experiencia en proyectos relacionados con cacao y chocolate, alimentos, agroindustria, MIPYMEs, asociaciones u organizaciones empresariales, así como en iniciativas de promoción comercial, acceso a mercados, desarrollo productivo o cooperación internacional.

**Competencias**

Capacidad de planificación y coordinación; visión estratégica y comercial; creatividad; capacidad para integrar comunicación y tecnología; orientación al usuario y a resultados; capacidad de trabajo con organizaciones y empresas; y cumplimiento de plazos.

**Requisitos administrativos**

La persona natural o jurídica contratada deberá contar con RUC activo y habido, capacidad para emitir comprobantes de pago y cuenta bancaria o Código de Cuenta Interbancario (CCI) vigente a nombre del/de la contratista.

## XIV. EVALUACIÓN DE PROPUESTAS

La evaluación de las propuestas se realizará en dos etapas:

### a) Verificación de requisitos mínimos

Se verificará el cumplimiento de los requisitos administrativos, formación académica y experiencia mínima establecidos en el apartado correspondiente al Perfil del/de la consultor/a o equipo consultor, así como la presentación completa de la documentación requerida. El incumplimiento de alguno de los requisitos mínimos obligatorios determinará que la propuesta

no continúe a la etapa de evaluación técnica y económica.

**b) Evaluación técnica y económica**

Las propuestas que cumplan los requisitos mínimos serán evaluadas sobre un total de 100 puntos, considerando la experiencia específica y complementaria, la calidad y viabilidad de la propuesta técnica y la propuesta económica. Se valorarán especialmente las propuestas que planteen soluciones funcionales, integradas, escalables y sostenibles, que optimicen los recursos disponibles, faciliten su administración por APROCHOC y minimicen los costos recurrentes y la dependencia de proveedores externos.

**Documentación para la evaluación**

**Hoja de Vida documentada.** Deberá acreditar la formación académica y experiencia establecidas en el perfil requerido. En caso de persona jurídica o equipo consultor, se presentará la documentación del/de la especialista principal y de los profesionales responsables de los componentes complementarios propuestos.

**Propuesta técnica.** Deberá presentar de manera clara y concreta la comprensión del servicio, el enfoque metodológico, la organización de las actividades y los mecanismos para alcanzar los objetivos y productos establecidos en los presentes Términos de Referencia. Como mínimo, deberá incluir:

- comprensión del servicio y metodología para integrar los componentes de marca, comunicación, promoción comercial, contenidos y herramientas digitales;
- metodología para el desarrollo y validación del *naming*, identidad visual de la marca colectiva, *rebranding* institucional y arquitectura de marca;
- metodología para la elaboración e implementación del Plan de Información, Comunicación y Promoción Digital;
- propuesta para la producción y aprovechamiento multiplataforma de contenidos fotográficos, audiovisuales y gráficos;
- metodología para el desarrollo y actualización del catálogo digital bilingüe;
- estrategia para redes sociales, considerando públicos, contenidos, canales y métricas;
- propuesta técnica y funcional del sitio web bilingüe y autoadministrable, considerando usabilidad, administración, seguridad, escalabilidad, SEO y analítica;
- organización del equipo y distribución de responsabilidades, cuando corresponda;
- cronograma de actividades, productos e hitos para los ciento veinte (120) días calendario; y
- mecanismos de aseguramiento de la calidad, transferencia de conocimientos y sostenibilidad de las herramientas desarrolladas.

La propuesta deberá identificar las tecnologías, plataformas, licencias y servicios de terceros previstos y, cuando corresponda, sus costos recurrentes, condiciones de uso y requerimientos de mantenimiento.

**Propuesta económica**. Deberá indicar el monto total de la consultoría a todo costo, expresado en soles e incluyendo los impuestos, retenciones y demás gastos aplicables, conforme al apartado de Presupuesto y Forma de Pago. Asimismo, deberá presentar de manera desagregada los principales rubros que conforman el costo del servicio y no podrá exceder el presupuesto máximo establecido para la contratación.

**Criterios de evaluación**

Las propuestas que superen la verificación de requisitos mínimos serán calificadas de acuerdo con los siguientes criterios:

| Criterios de selección/evaluación | Peso |
|---|---|
| Experiencia específica del/de la consultor/a o equipo | 20 % |
| Experiencia complementaria relacionada con el servicio | 10 % |
| Propuesta técnica y metodológica: Calidad, metodología y viabilidad | 50 % |
| Propuesta económica | 20 % |
| **Total** | **100 %** |

La propuesta técnica y metodológica se evaluará conforme a los siguientes subcriterios, otorgando especial importancia a la capacidad del/de la consultor/a o equipo consultor para integrar el desarrollo estratégico y participativo de la marca colectiva, la identidad institucional, los contenidos de comunicación y promoción comercial y las herramientas digitales.

| Propuesta técnica | Puntos |
|---|---|
| Comprensión del servicio y enfoque metodológico integral | 10 |
| Desarrollo participativo de la propuesta de valor, atributos diferenciadores, identidad de marca e integración con las herramientas de comunicación y promoción comercial. | 15 |
| Propuesta técnica y funcional para redes sociales, catálogo digital y sitio web | 15 |
| Calidad del portafolio, organización del equipo, sostenibilidad y transferencia de conocimientos | 10 |
| **Total** | **50** |

Asimismo, se valorará la viabilidad técnica y económica de las soluciones propuestas, su facilidad de administración y actualización por APROCHOC, la optimización de los recursos disponibles y la sostenibilidad de las herramientas una vez concluida la consultoría.

## XV. CONSULTAS Y PRESENTACIÓN DE PROPUESTAS

Las consultas relacionadas con los presentes TdR y la presentación de propuestas deberán realizarse a través de los correos electrónicos gerencia@appcacao.org, coordinador.appcacao@gmail.com y presidencia@aprochoc.com, dentro de los plazos establecidos en el numeral XVI, Cronograma del proceso.

Las propuestas deberán remitirse en archivos independientes, debidamente identificados, conforme al siguiente detalle:

1_Nombre del consultor/a_Hoja de Vida
2_Nombre del consultor/a_Propuesta Técnica
3_Nombre del consultor/a_Propuesta Económica

El asunto del correo deberá indicar: **“Postulación – Ecosistema digital – Proyecto Bean to Bar”.**

Las propuestas recibidas fuera del plazo establecido o remitidas a correos electrónicos distintos de los señalados no serán admitidas en el proceso de selección.

## XVI. CRONOGRAMA DEL PROCESO

| ACTIVIDAD | FECHA |
|---|---|
| Convocatoria | 13-11-2026 |
| Recepción de propuestas | 17-11-2026 al 19-11-2026 |
| Evaluación de propuestas | 20-11-2026 |
| Otorgamiento de la buena pro y comunicación al ganador | 23-11-2026 |
| Firma del contrato | 24-11-2026 |

*Nota: El presente cronograma puede cambiar, por situaciones de contexto del país y conforme el proceso de*

*selección avance*