FUNDACIÓN
VIDA SILVESTRE
ARGENTINA

CONVOCATORIA PARA CONSULTORÍA

La Fundación Vida Silvestre Argentina seleccionará un/a consultor/a para la elaboración de un **"Plan de Negocios para Comercialización de Yerba Mate producida en Sistemas Agroforestales en la provincia de Misiones, Argentina"**, en el marco del proyecto "Restaurando la Selva Misionera para las Personas y la Naturaleza", cuyo perfil cumpla con las características descritas a continuación.

Interesados Enviar CV (máximo 3 páginas), carta de intención, una propuesta de actividades y cronograma para cumplir con los objetivos y productos, y honorarios pretendidos hasta el 30/10/2026, a misiones@vidasilvestre.org.ar , indicando en el asunto "Consultoría - Plan de Negocios para Comercialización de Yerba Mate" (ver detalles a continuación).

Términos de referencia

Fecha de inicio: 16/11/2026
Fecha de finalización: 14/05/2027

A. Contexto del proyecto

El área comprendida entre el Parque Provincial Cruce Caballero y la Reserva de Biosfera Yabotí fue identificada como una zona de máxima prioridad para la intervención en el paisaje en el marco de un proyecto de Restauración del Paisaje Forestal (RPF).

Durante sus primeros tres años de implementación (Fase 1), el proyecto trabajó junto a 93 familias rurales de pequeños y medianos productores, logrando restaurar más de 400 hectáreas dentro de sus chacras mediante distintas modalidades de intervención. Entre ellas se destacó la conversión de yerbales tradicionales en sistemas agroforestales, promoviendo prácticas productivas más sostenibles y resilientes.

Estas acciones fueron complementadas con mejoras en el acceso al agua, el fortalecimiento de una actividad productiva seleccionada por cada familia participante, y un proceso continuo de asistencia técnica y capacitación en diversas temáticas productivas y ambientales. En conjunto, este paquete integral de intervenciones fue denominado internamente **"Plus Restaura"**.

A partir de 2026 comenzó la Fase 2 del proyecto, cuyo objetivo es identificar y evaluar oportunidades de negocio que permitan fortalecer la cadena de valor de la yerba mate producida en el marco de estas iniciativas de restauración. En este contexto, se busca analizar la viabilidad técnica y económica y definir una estrategia comercial y los pasos necesarios para avanzar hacia la comercialización de una yerba mate que refleje los beneficios ambientales y sociales asociados a su producción.

B. Justificación del estudio

La yerba mate, un cultivo perenne nativo ampliamente producido en la zona, ha sido identificada como un cultivo prioritario por su potencial para ser sostenido por sistemas agroforestales. La transición de la producción de yerba mate tradicional a la producción en Sistemas Agroforestales

asociada con la comercialización de la yerba mate a consumidores más conscientes que pagan un valor agregado por este tipo de productos puede disminuir la deforestación evitando la expansión de áreas para la agricultura dentro de las propiedades, beneficiando la conectividad para los movimientos de la fauna, manteniendo la biodiversidad.

C. Objetivo de la consultoría propuesta

Evaluar la viabilidad para el desarrollo comercial de la Yerba Mate Plus Restaura y, en base a esa evaluación desarrollar un plan de negocios que permita definir y validar la mejor estrategia de comercialización para la yerba mate diferenciada, identificando mercados, socios estratégicos y mecanismos de inserción comercial sostenibles.
El plan deberá establecer cómo posicionar el producto de manera competitiva, diferenciándolo por sus atributos ambientales y sociales, y promoviendo un modelo de negocio sostenible, inclusivo y económicamente viable para los pequeños y medianos productores de la región. El plan deberá analizar el potencial impacto de la presencia o no del Logo de la Fundación -Vida Silvestre Argentina, así como los potenciales costos y beneficios asociados para la institución.

D. Principales responsabilidades

- Analizar la situación productiva, social y económica del territorio.
- Dimensionar la oferta actual y potencial de yerba mate agroforestal.
- Identificar actores clave de la cadena de valor.
- Evaluar mercados potenciales (local, nacional e internacional) tanto para la opción de yerba orgánica, agroforestal y para yerba mate con el "Plus restaura".
- En base a los ítems descriptos previamente realizar el análisis de viabilidad para el desarrollo de una actividad comercial de este tipo, identificando limitaciones, barreras y cuellos de botella.
- Proponer estrategias de comercialización y posicionamiento, acordes al análisis de viabilidad.
- Analizar los costos y riesgos vs los beneficios de incluir o no el logo de Fundación Vida Silvestre Argentina como parte de la estrategia de comercialización.
- Elaborar el modelo de negocio con enfoque de triple impacto.
- Realizar talleres participativos con productores
- Incorporar criterios ambientales del enfoque "Plus Restaura".
- Elaborar documentos técnicos del plan de negocios. Flujo de fondos proyectado, Punto de equilibrio, Sensibilidad a distintos precios de venta y volúmenes, Margen para Productores, Margen para envasador, Principales riesgos comerciales y financieros.

E. Resultados esperados

- **Resultado 1: Diagnóstico integral del sistema productivo y comercial**

Se cuenta con un diagnóstico territorial, productivo y de mercado que caracteriza la situación actual de la yerba mate en sistemas agroforestales.

- **Resultado 2: Estrategia de comercialización definida**

Se ha definido una estrategia clara de inserción en el mercado, incluyendo canales, segmentos y socios estratégicos. Se han identificado potenciales compradores.

- **Resultado 3: Plan de negocios integral validado**

Se dispone de un plan de negocios completo con viabilidad técnica, económica, social y ambiental.

- **Resultado 4. Análisis de beneficios y riesgos institucionales y de proceso asociados a la estrategia de comercialización**

Se cuenta con un análisis específico de los riesgos institucionales, reputacionales y operativos vinculados a la eventual inclusión del logo de la Fundación Vida Silvestre Argentina en la estrategia de comercialización de productos y/o servicios asociados al proyecto, contemplando asimismo el análisis de los potenciales beneficios económicos que esta estrategia podría representar para la Institución.

Resultado 1. Diagnóstico integral del sistema productivo, comercial y territorial

1. **Relevamiento territorial y productivo**
   - 1.1. Elaborar un informe de diagnóstico inicial del sector, que caracterice la situación productiva, social, económica y comercial de la yerba mate en sistemas agroforestales.
   - 1.2. Identificar a los productores interesados en participar en la estrategia de comercialización, incluyendo la producción actual y potencial de yerba mate, la superficie disponible, la infraestructura existente y otros datos relevantes para dimensionar la oferta.
2. **Entrevistas con actores clave y análisis de la cadena de valor**
   - 2.1. Construir una base de actores y socios potenciales para el procesamiento, envasado y comercialización de la yerba mate.
   - 2.2. Relevar condiciones de asociación posibles, tales como volúmenes mínimos de procesamiento, envasado o compra, precios por kilogramo, requisitos de calidad, logística y otros aspectos operativos relevantes.
   - 2.3. Analizar la cadena de valor e identificar oportunidades, limitaciones y puntos críticos para la inserción comercial del producto.
3. **Análisis de mercado para yerba mate diferenciada**
   - 3.1. Elaborar un informe de mercado que evalúe alternativas de comercialización para yerba mate orgánica, agroforestal y yerba mate bajo el concepto “Plus Restaura”.
   - 3.2. Identificar segmentos de consumidores, canales de venta, tendencias de mercado, competidores, potenciales compradores y criterios de diferenciación ambiental y social.
   - 3.3. Elaboración de un informe de mercado.

Resultado 2. Estrategia de comercialización validada

1. **Diseño de alternativas de comercialización**
   - 1.1. Elaborar un documento de estrategias comerciales que presente y compare alternativas de inserción en el mercado para la yerba mate diferenciada.
   - 1.2. Definir posibles canales de comercialización, segmentos objetivo, propuestas de valor, mecanismos de posicionamiento y socios estratégicos.
   - 1.3. Analizar los riesgos y beneficios de incorporar o no el logo de Vida Silvestre como parte de la estrategia de comercialización, considerando aspectos reputacionales,

comerciales e institucionales, así como beneficio económico asociado para la organización.

Validación participativa con familias rurales

1.4. Diseñar y facilitar espacios participativos con productores y familias rurales para revisar las alternativas comerciales propuestas.
1.5. Sistematizar los aportes, acuerdos, preocupaciones y recomendaciones surgidos durante los talleres.
1.6. Elaborar actas de los talleres participativos y dejar documentadas las decisiones relevantes para la estrategia comercial.
1.7. Elaboración de actas de los talleres participativos.

Resultado 3. Plan de negocios integral

1. **Elaboración del modelo de negocio**
   1.1. Desarrollar un modelo de negocio para la yerba mate diferenciada, con enfoque de triple impacto y alineado con los atributos ambientales y sociales del concepto "Plus Restaura".
   1.2. Incluir una propuesta de valor, estructura operativa, actores involucrados, canales de venta, requerimientos de calidad, costos principales y condiciones necesarias para su implementación.
   1.3. Elaborar un borrador del plan de negocios para su revisión y validación.
2. **Evaluación económica y financiera**
   2.1. Preparar proyecciones económicas y financieras que permitan estimar costos, ingresos, márgenes, rentabilidad y sostenibilidad del modelo propuesto.
   2.2. Identificar riesgos, supuestos críticos y condiciones mínimas para la viabilidad técnica, económica, social y ambiental del plan.
3. **Documento final y presentación ejecutiva**
   3.1. Elaborar el plan de negocios final, incorporando los resultados del diagnóstico, la estrategia comercial validada y la evaluación económica-financiera.
   3.2. Preparar una presentación ejecutiva que sintetice los principales hallazgos, recomendaciones y próximos pasos para la implementación.
   3.3. Elaboración del plan de negocios final y de la presentación ejecutiva.

Resultado 4. Análisis de riesgos y potencialidades institucionales.

1. **Análisis de riesgos y potencialidades institucionales y de procesos asociados estrategia de comercialización.**
   1.1. Informe de análisis de riesgos y potencialidades institucionales y de proceso, incluyendo matriz de riesgos, evaluación de impactos y recomendaciones para la gestión del uso de la marca Fundación Vida Silvestre Argentina en la estrategia de comercialización, sobre la base de un análisis de los beneficios económicos, oportunidades, riesgos e implicancias institucionales para Vida Silvestre.
   1.2. Informe de escenarios de captura de valor para la Fundación Vida Silvestre Argentina derivados del uso de la marca institucional, incluyendo comparación de

alternativas, estimación de ingresos potenciales, costos de implementación y monitoreo, análisis de punto de equilibrio, e identificación y valoración de beneficios económicos directos e indirectos, incluyendo diferenciales competitivos y otras formas de generación de valor más allá de los ingresos, salarios e inversiones realizadas, así como recomendaciones para la toma de decisiones.

H. Especificaciones del perfil de el/la consultor/a

●Al menos 10 años de experiencia relevante, de los cuales al menos 2 serán en estudios de mercado. Se valorará tener un historial demostrado en cadenas de valor agroforestales y de yerba mate orgánica en Argentina.
● Conocimiento de la situación rural del Bosque Atlántico.
● Residente de Argentina, Paraguay o Brasil.
●Experiencia en el desarrollo y uso de herramientas de investigación y métodos participativos.
● Experiencia en la realización de estudios similares en las áreas del proyecto.
● Antecedentes académicos en temas relevantes, como economía, gestión, marketing, emprendimiento y desarrollo rural.
●Experiencia en métodos de investigación y análisis cualitativos y cuantitativos, incluyendo preguntas detalladas y abiertas.
● Experiencia trabajando en el sector privado en un entorno rural.
• Experiencia, conocimiento mercados nacionales e internacionales.

I. Propuestas de consultoría

Se invita a los/as solicitantes a presentar sus ofertas a más tardar el 10/08/2026, a en la siguiente dirección: misiones@vidasilvestre.org.ar, indicando la referencia " Consultoría - Plan de Negocios para Comercialización de Yerba Mate ". Las ofertas deben incluir:

● Revisión de la oferta técnica y cronograma.
● Una oferta financiera.
●CV de el/la consultor/a (no más de 3 páginas) que demuestre su capacidad para cumplir con el estudio.
●Al menos dos referencias profesionales.
●Uno o dos estudios o informes producidos y escritos por el/la consultor/a para tareas similares.