

Adquisición por Cotización CC N° 181/2026

Consultoría: “Estudio de Mercado para la Apertura de Oferta de Grado, Técnico Superior y Posgrado e la Ciudad de El Alto – Bolivia”

1. Ítems Requeridos. Se especifica la solicitud de la cotización de acuerdo al siguiente detalle:

1. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN La Universidad Católica Boliviana “San Pablo” líder nacional en formación superior, estuvo siempre comprometida con las necesidades formativas de la sociedad boliviana, tiene el desafío de iniciar actividades de formación de grado, técnico superior y posgrado en la ciudad de El Alto, asumiendo el liderazgo de la formación de sus jóvenes y futuros actores que influirán en el destino de nuestra patria.				
2. DEFINICIÓN O NOMBRE DEL SERVICIO O LA CONSULTORÍA. Elaboración de “Estudio de mercado para la apertura de programas de grado, técnico superior y posgrado en la ciudad de El Alto-Bolivia”				
3. OBJETO DE LA CONSULTORÍA El objeto de la consultoría es contar con un estudio de mercado que permita conocer la dimensión y características de la demanda y oferta actual y potencial de programas académicos de grado, técnico superior y posgrado en la ciudad de El Alto, los riesgos, ventajas y oportunidades para la apertura de una nueva Sede Académica Jurisdiccional de la U.C.B.				
4. DESCRIPCIÓN DE SERVICIO REQUERIDO a. OBJETIVO PRINCIPAL Desarrollar un estudio integral de mercado que proporcione a la Universidad Católica Boliviana "San Pablo" información objetiva, cuantitativa y cualitativa para evaluar la conveniencia y factibilidad de establecer una sede académica en la ciudad de El Alto, determinando el potencial de mercado para programas de grado y posgrado, la oferta y competencia existente, el posicionamiento institucional, el impacto sobre la sede de La Paz, las oportunidades de crecimiento y los riesgos asociados, a fin de sustentar la toma de decisiones estratégicas. b. OBJETIVOS ESPECÍFICOS Y PRODUCTOS ESPERADOS El servicio involucrará la elaboración de los siguientes documentos que por su contenido permitan el logro de los objetivos expuestos a continuación: <table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="204 1760 738 1832">Objetivo Específico</th> <th data-bbox="738 1760 1404 1832">Producto Esperado</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="204 1832 738 1989">1. Caracterizar la oferta académica de grado y posgrado existente en la ciudad de El Alto y su área metropolitana, evaluando cobertura,</td> <td data-bbox="738 1832 1404 1989">Producto 1. Informe de Análisis Competitivo del Mercado Universitario de El Alto y La Paz, que incluya el inventario de la oferta académica de grado y posgrado de universidades públicas y privadas; análisis comparativo de carreras,</td> </tr> </tbody> </table>	Objetivo Específico	Producto Esperado	1. Caracterizar la oferta académica de grado y posgrado existente en la ciudad de El Alto y su área metropolitana, evaluando cobertura,	Producto 1. Informe de Análisis Competitivo del Mercado Universitario de El Alto y La Paz, que incluya el inventario de la oferta académica de grado y posgrado de universidades públicas y privadas; análisis comparativo de carreras,
Objetivo Específico	Producto Esperado			
1. Caracterizar la oferta académica de grado y posgrado existente en la ciudad de El Alto y su área metropolitana, evaluando cobertura,	Producto 1. Informe de Análisis Competitivo del Mercado Universitario de El Alto y La Paz, que incluya el inventario de la oferta académica de grado y posgrado de universidades públicas y privadas; análisis comparativo de carreras,			

precios, modalidades, calidad, posicionamiento y participación de mercado.	modalidades, precios, infraestructura, acreditaciones, participación de mercado, ventajas competitivas, estrategias comerciales y tendencias de crecimiento de los principales competidores.
2. Determinar el tamaño, perfil y evolución de la demanda potencial de programas de grado, técnico superior y posgrado, segmentada por variables demográficas, socioeconómicas, geográficas y ocupacionales.	Producto 2. Informe de Caracterización y Segmentación de la Demanda Potencial, que identifique el tamaño del mercado, perfiles de los potenciales estudiantes, segmentación por edad, género, nivel socioeconómico, distrito, ocupación, capacidad económica, intereses profesionales y comportamiento esperado de matrícula para programas de grado, técnico superior y posgrado.
3. Medir el posicionamiento comparativo de la Universidad Católica Boliviana frente a sus principales competidores y analizar los factores que influyen en la elección de una institución de educación superior.	Producto 3. Informe de Imagen, Posicionamiento y Preferencias del Mercado, que contenga el nivel de conocimiento espontáneo y sugerido de la UCB, atributos de marca, reputación institucional, comparación con universidades competidoras, factores de decisión para la elección universitaria y mapa perceptual del posicionamiento competitivo.
4. Identificar las carreras, técnico superior, programas de posgrado y modalidades de enseñanza con mayor potencial de demanda presente y futura, considerando las tendencias del mercado laboral y del desarrollo económico regional.	Producto 4. Informe de Potencial de Oferta Académica, que establezca el ranking de carreras de grado, técnico superior y programas de posgrado y modalidades de enseñanza con mayor demanda potencial, sustentado en información del mercado laboral, sectores económicos estratégicos, tendencias tecnológicas y proyecciones de empleabilidad.
5. Evaluar la capacidad y disposición de pago de los diferentes segmentos del mercado, estimando la sensibilidad al precio y las condiciones de financiamiento requeridas.	Producto 5. Informe de Viabilidad Comercial y Económica del Mercado, que incluya análisis de capacidad de pago, disposición de pago, elasticidad precio-demanda, aceptación de diferentes niveles de aranceles, modalidades de financiamiento, becas e incentivos económicos requeridos para maximizar la captación de estudiantes.
6. Estimar el impacto potencial de la apertura de una sede en El Alto sobre la matrícula, ingresos y participación de mercado de la sede La Paz, identificando niveles de canibalización y oportunidades de expansión neta.	Producto 6. Informe de Impacto Estratégico sobre la Sede La Paz, que cuantifique la posible migración de estudiantes entre sedes, el nivel de canibalización de matrícula e ingresos, la captación de nuevos mercados, el crecimiento incremental esperado y los riesgos estratégicos derivados de la apertura de la nueva sede.
7. Proyectar la demanda y la matrícula potencial a diez años mediante escenarios (optimista, base y conservador), incorporando	Producto 7. Informe de Proyecciones de Demanda y Escenarios de Desarrollo, que contenga modelos de proyección de matrícula para grado, técnico superior y

variables demográficas, económicas y competitivas.	posgrado, escenarios de crecimiento, estimaciones de ingresos potenciales, supuestos metodológicos, análisis de sensibilidad y variables críticas que podrían afectar la evolución del proyecto durante los próximos diez años.
8. Formular una recomendación estratégica sobre la conveniencia de abrir una sede en El Alto, definiendo el modelo de implantación, el portafolio inicial de programas, la localización recomendada y las condiciones mínimas para garantizar su sostenibilidad académica y financiera.	Producto 8. Informe Final Estratégico para la Apertura de la Sede El Alto, que integre todos los resultados de la investigación y presente una recomendación sustentada sobre la conveniencia o no de implementar la nueva sede, el modelo institucional recomendado (campus, sede satélite, centro de posgrado u otro), la ubicación óptima, el portafolio inicial de carreras y programas, la estrategia de implementación por fases, los riesgos identificados, las condiciones de éxito y las recomendaciones para la toma de decisiones de la Junta Directiva.
c. ALCANCE Y COBERTURA El estudio se llevará a cabo en la ciudad de El Alto, considerando los siguientes puntos para un mejor alcance de la investigación: 1) Este es un estudio de mercado centrado en la determinación de la demanda potencial a partir de criterios de decisión del público objetivo. 2) La población objeto de estudio serán estudiantes de último año de universidad y profesionales residentes en la ciudad de El Alto para el posgrado, estudiantes y padres de familia de dos últimos años de distintos colegios y bachilleres para grado, así como otros actores clave que se acuerden con las contrapartes (asociaciones, expertos, etc). 3) Desarrollo de metodologías de investigación cuali-cuantitativas que muestren la demanda potencial de grado, técnico superior y posgrado. d. METODOLOGÍA El estudio de mercado contemplará estudios cualitativos y cuantitativos que involucren: - Levantamiento de la información y análisis de las características de la oferta académica de grado, técnico superior y posgrado que tienen las universidades en la ciudad de El Alto. - Elaboración de estudio de Imagen y Posicionamiento de la Universidad Católica Boliviana “San Pablo” y todos los ofertantes académicos, en los potenciales estudiantes y otros actores relevantes de la ciudad de El Alto. - Determinación de las características y necesidades de formación demandadas por la población objetivo, vinculadas a la oferta de grado, técnico superior y posgrado con base en la ciudad de El Alto. - Análisis de la proyección de demanda potencial base para la oferta de grados, técnico superior y posgrados en las distintas áreas de formación académica con base en la ciudad de El Alto.	
5. PLAZO PARA DESARROLLAR LA CONSULTORÍA	

El plazo de la prestación del servicio empieza a correr a partir del día hábil siguiente a la fecha de suscripción del contrato y tendrá un plazo de 60 días calendario. Asimismo, el (la) Consultor(a) deberá presentar los productos elaborados en correspondencia con lo establecido en el siguiente Cronograma:

PRODUCTO	PLAZO DE ENTREGA DE PRODUCTOS
Productos descritos en el inciso numeral 4. Producto 1, 2, 3, 4.	A los (30) treinta días calendario a partir del día hábil siguiente a la fecha de suscripción del contrato
Productos descritos en el inciso numeral 4. Producto 5, 6, 7, 8	A los (60) sesenta días calendario a partir del día hábil siguiente a la fecha de suscripción del contrato

6. PROPUESTA ECONÓMICA

- La propuesta económica debe ser expresada en bolivianos e incluir los impuestos de Ley.
- Los pagos se realizarán dentro de los 30 días de recibido el informe debidamente aprobado por el Supervisor del Servicio y la conformidad del Contratante de la siguiente manera:
 - ✓ 1er. Pago: 50% del monto de contrato contra la aprobación de los productos 1, 2, 3 y 4.
 - ✓ 2do. Pago: 50% del monto de contrato contra la aprobación de los productos 5, 6, 7 y 8.

7. CONTENIDO DE LA PROPUESTA

La Presentación de la propuesta debe tener 2 partes:

- a) La propuesta técnica, que debe tener el cronograma de trabajo y el plan de trabajo (describiendo la posible herramienta de la encuesta, la propuesta de aplicación de grupos focales, la metodología de la aplicación, el periodo de aplicación del instrumento aprobado, la recolección de resultados, su sistematización y propuesta del contenido del informe de resultados).

La propuesta técnica también debe incluir un detalle de servicios similares realizados en los últimos 5 años, en concordancia con los requisitos detallados en el punto 8 de abajo. Asimismo, debe incluir un detalle de las personas que estarán a cargo del servicio, así como un resumen de sus calificaciones para realizar este servicio.
- b) Propuesta Económica, que debe ser en bolivianos, debe incluir todas las actividades a ser desarrolladas, así como los impuestos de ley, y especificar la forma de pago.
- c) Documentos legales y administrativos:
 - i. Fotocopia simple del Testimonio de Constitución de la sociedad y la última modificación (No válido para empresas unipersonales).
 - ii. Fotocopia simple del poder general del representante legal, con facultades expresas para presentar propuestas, negociar y firmar contratos a nombre de la empresa, debidamente inscrito en SEPREC. (No válido para empresas unipersonales.)

iii.	Fotocopia simple de la matrícula de comercio.
iv.	Certificación de Registro en el R.N.C. del Servicio de Impuestos Nacionales.
v.	Fotocopia simple de la cédula de identidad del representante legal o gerente, quien firmará el contrato.
vi.	Declaración Jurada de Incompatibilidad.
8.	SUPERVISIÓN La consultoría estará bajo supervisión del Vicerrectorado Administrativo Financiero Nacional
9.	PERFIL REQUERIDO DEL CONSULTOR(A) Los postulantes serán evaluados según la formación y experiencia requerida en el cuadro siguiente: FORMACIÓN Y EXPERIENCIA (Condiciones mínimas requeridas)
1. CONDICIONES MÍNIMAS SOLICITADAS	
A. Formación:	Licenciatura con título en provisión nacional en Administración de Empresas, ingeniería comercial o ramas afines.
B. Formación complementaria	Experiencia académica y/o formación de postgrado en mercadotecnia y en Investigación de Mercados.
C. Experiencia General:	5 años de experiencia general en el área de mercadotecnia
D. Experiencia Específica:	Experiencia laboral específica en temas relacionados a elaboración y coordinación Estudios de Mercado. Se valorará estudios realizados con la Universidad Católica Boliviana para temas relacionados.

- 2. Reunión de aclaraciones:** Miércoles 26 de agosto de 2026 a hrs. 9:00, en Oficinas de Rectorado Nacional, Calle 5 de Obrajes, entres 14 de Septiembre y Hernando Siles.
- 3. Presentación de propuestas.** Hasta hrs. 11:00 del 28 de agosto de 2026, al correo electrónico slarrea@ucb.edu.bo.
- 4. Validez de la propuesta.** Treinta (30) días hábiles.

Unidad de Adquisiciones y Contrataciones
La Paz, 14 de agosto de 2026



DECLARACIÓN JURADA DE INCOMPATIBILIDAD

(Campos obligatorios a ser llenados y firmados)

La empresa

Con NIT

Cuyo Representante Legal es

Dueño(s)

Declaran no tener relaciones oficiales, profesionales, financieras o de parentesco hasta el tercer grado de consanguinidad o segundo de afinidad con docentes (tiempo completo o medio tiempo), personal administrativo o autoridades que prestan servicios en la Universidad Católica Boliviana "San Pablo" en las diferentes Unidades Académicas a nivel Nacional.

Firma y aclaración de firma

Fecha: _____

ANIVERSARIO