

Anexo c)

Términos de Referencia

**Estudio: Consolidación de la demanda de
alimentos frescos para el canal restauranero**

Términos de referencia para el Estudio: Consolidación de la demanda de alimentos frescos para el canal restaurantero

1. Nombre completo del estudio

Consolidación de la demanda de alimentos frescos para el canal restaurantero.

2. Antecedentes

La industria restaurantera de México genera el 2.2 por ciento del Producto Interno Bruto nacional y contribuye con el 23 por ciento del Producto Interno Bruto turístico. Este sector genera 850 mil empleos directos y 2.2 millones de empleos indirectos.

En 2009, la industria restaurantera generó un valor agregado superior a los 129 mil millones de pesos. El gasto en alimentos representa el 32 por ciento de la erogación total de los hogares, el 19 por ciento es para el consumo fuera del hogar con una tendencia creciente; por ejemplo, en el periodo 2000-2008 el gasto en alimentos y bebidas fuera de casa representó el 21 por ciento.

Para el sector restaurantero y de comida preparada, la demanda de productos del campo y del mar representa uno de los eslabones más importantes de la cadena alimentaria de México, ya que el 40 por ciento de los productos agropecuarios y pesqueros se canalizan a este sector.

La industria restaurantera genera 1,350,000 empleos directos y 3,300,000 empleos indirectos. Representa el 1.05% del PIB Nacional con un valor estimado de \$190 mil millones de pesos, y cerca del 15% del PIB Turístico.

3. Objetivo y Alcance del estudio

3.1 Objetivo General

Obtener la demanda consolidada de alimentos frescos en el canal restaurantero para su abasto desde un centro logístico ligado a la red de centros de acopio.

3.2 Objetivos Específicos

Incrementar la competitividad del canal restaurantero y de los productores agropecuarios y pesqueros integrados a la red de centros de acopio.

Obtener, mediante técnicas de muestreo, la demanda consolidada de alimentos frescos del canal restaurantero con volumen, temporalidad y características de cada producto.

Identificar las características, requerimientos y necesidades que presenta la demanda de alimentos del canal restaurantero.

Identificar la problemática, retos y oportunidades de un esquema de demanda consolidada de la industria restaurantera

Seleccionar actores, convocar participantes y buscar generar consensos

Señalar empresas proveedoras de los productos necesarios

Desarrollar un plan preliminar de implementación de un centro de redistribución/abasto desde el punto de vista de infraestructura y de su organización

3.3 Alcances:

- Analizar las prácticas de proveeduría realizadas en otros países tanto de los esquemas organizativos de la oferta, como de los esquemas de distribución y contratación de abasto alimentario por el canal restaurantero, identificando las mejores prácticas en industrias alternativas.
- Describir el estatus de las prácticas de abasto y comercialización de alimentos frescos en el canal restaurantero.
- Evaluar el grado de satisfacción actual en la proveeduría de alimentos frescos y principales áreas de oportunidad, considerando capacidad y características de almacenamiento de los restaurantes.
- Analizar factibilidad que los distribuidores actuales puedan lograr acuerdos para un esquema de proveeduría desde centros de acopio. En su caso, elaborar plan de negocios correspondiente, identificando la mejor propuesta de valor agregado de cada participante, así como las ventajas competitivas que den sostenibilidad al esquema.
- Identificar los centros de acopio y proveedores potenciales para integrarse al esquema y lograr los acuerdos correspondientes, para alcanzar la proveeduría todo el año.
- Elaborar una propuesta de opciones para el abasto de productos alimentarios de temporada.
- Diseñar las opciones de logística y manejo post-cosecha de los productos que mejor correspondan con la demanda anual.
- Elaborar una propuesta para contar con un modelo logístico de abasto institucional de los diferentes alimentos frescos, incluyendo:
 - Descripción del esquema propuesto
 - Ventajas
 - Acciones a realizar

Este estudio comprenderá el desarrollo de los manuales, modelos de contratos, análisis financiero, valor agregado, incentivos para permanecer en el esquema, arbitraje y fases de implementación.

Obtener la demanda consolidada total, las intenciones de compra, estructura de pedido, para los principales alimentos frescos y su factibilidad por fracciones de la demanda semanal total, es decir, solo una parte de sus demandas.

Es requisito indispensable que la persona física o moral interesada cuente con experiencia mínima de dos años en:

- Implementación de proyectos de desarrollo con financiamiento internacional
- Asistencia técnica agropecuaria, financiera y comercial.

4. Contenido del Estudio

El estudio está orientado a la identificación de necesidades de inversión y el aprovechamiento sustentable de los recursos, al subsanar las fallas de información derivadas del desconocimiento de la demanda de productos frescos, en el canal restaurantero por los productores agropecuarios con oferta dispersa y estacional.

El Proyecto también pretende contribuir al logro de otros objetivos estratégicos como son los de: competitividad; equidad entre regiones e igualdad de género.

Debido a la dispersión de la oferta y a la estacionalidad de su producción en general los productores agrícolas no tienen acceso a la demanda institucional que es más regular y se concentra en las grandes poblaciones del país, lo anterior provoca la intervención de más actores que consolidan la oferta y sumen utilidades de espacio incrementando los márgenes de comercialización y los precios que paga la industria restaurantera.

La viabilidad de los centros de acopio, y otras inversiones a nivel de campo, dependen del acceso al mercado. Así la detección de la demanda consolidada viene a cubrir fallas de mercado derivadas de la asimetría de información entre los productores y la propia industria restaurantera.

5. Metodología

La metodología de trabajo consistirá en las siguientes etapas:

- El plan de desarrollo de la encuesta

- Objetivos
- Diseño Muestral
- Cuestionario
- Trabajo de campo
- Análisis de contenido
- Plan de análisis
- Análisis e informes

- Obtener la demanda consolidada total, las intenciones de compra, estructura de pedido, para los principales alimentos frescos y su factibilidad por fracciones de la demanda semanal total

- Listado de centros de acopio que pueden satisfacer esa demanda con sus características particulares

Plan de desarrollo de la encuesta

Objetivos. En esta etapa se especificarán todos los datos que deben reunirse y las hipótesis que deben verificarse a través de la encuesta. En particular se deben contemplar condiciones de compra, características de créditos, calidades de los alimentos frescos, posibilidad de compras consolidadas,...etc.

Es necesario establecer el grado de precisión con el que se desea obtener los datos de la encuesta

Diseño muestral. En relación con la muestra se debe especificar lo siguiente:

- . Definir la población bajo estudio. En esta etapa se revisará las características que tienen que cumplir los restaurantes para formar parte de nuestra población de interés. Tomando en cuenta factores que puedan generar confianza para establecer relaciones de crédito de largo plazo. Se tendrá que trabajar en conjunto con la Canirac.

- . Definir la Cobertura, o sea, el área geográfica que se pretende cubrir.

- . Unidad muestral y entrevistados. Es preciso identificar las unidades de medición y los entrevistados en relación con cada indicador que se pretende incluir en la encuesta. Identificar qué características debe de cumplir el entrevistado para poder ser encuestado.

- . Tamaño de la muestra, determinar el tamaño de muestra óptimo para poder inferir hacia toda la población.

- . Selección de la muestra. Elegir el método y el procedimiento de selección de la muestra que mejor se ajuste al tipo de información. Determinar si va ser una muestra probabilística, si es necesario muestreo por conglomerados o estratificado o una combinación de ambos. Determinar cuántas estratificaciones son necesarias. Recomendar si es necesaria una encuesta de seguimiento y si es el caso proponer el periodo de reemplazo de la muestra.

Cuestionario. Se determinara el método mediante el cual se tomará contacto con la muestra (entrevista personal, por teléfono o correo) y se preparará un cuestionario estructurado. Debe considerarse el tipo de preguntas, el grado de exploración, la secuencia y el establecimiento del rapport.

Trabajo de campo. Si se eligió la entrevista personal, es preciso:

- . Desarrollar manuales de instrucciones que expliquen los objetivos del estudio y el significado de cada pregunta
- . Especificar las medidas necesarias para lograr una supervisión adecuada de las entrevistas
- . Recomendaciones para instruir a los entrevistadores tanto en los procedimientos generales de la entrevista, como sobre los problemas que se pueden presentar a lo largo de esta.

Análisis del contenido.

- . Una vez acopiada la información se ingresará a la base de datos de la computadora.
- . La información mínima que se recopilará en esta etapa será al menos la siguiente:
 - intenciones de compra con volúmenes,
 - estructura de pedido, para los principales alimentos frescos
 - capacidad y características de almacenamiento de los restaurantes
 - calidad de los alimentos exigido por los restaurantes
 - vida de anaquel
 - disposición para realizar compras consolidadas
- . Calculó de diversos indicadores medidos en la encuesta que consideren que pueden ser de interés.

Una vez que se recopiló esta información se necesita obtener la demanda consolidada total, las intenciones de compra, estructura de pedido, para los principales alimentos frescos y su factibilidad por fracciones de la demanda semanal total.

E.3. Listado de centros de acopio que pueden satisfacer esa demanda con sus características particulares como calidades, vida de anaquel, etc.

Como parte de la propuesta, se deberá entregar una lista de las actividades y su duración, en donde se deberán incluir por lo menos los entregables antes mencionados.

Además, se incluirán en el cronograma 5 reuniones de evaluación, la primera al inicio del proyecto y reuniones mensuales de avance, así como un documento preliminar y una entrega final.

6. Productos esperados

La persona física o moral seleccionada deberá entregar a la Dirección General de Estudios Agropecuarios y Pesqueros de la SAGARPA, en medios impreso (encuadernados) y magnético (ambiente editable), los siguientes productos:

- a) Un análisis de las prácticas de proveeduría realizadas en otros países, identificando las mejores y su potencial para implementarse en el país.
- b) Un listado de restauranteros locales comprometidos para realizar compras directas desde los centros de acopio.
- c) Listado de requerimientos del canal restaurantero de las principales ciudades del país, incluye cantidad, periodicidad y características necesarias de calidad.
- d) Analizar qué factores de distribución actuales puedan lograr acuerdos de proveeduría desde centros de acopio, desarrollar plan de negocios de cada tipo de participante e identificar ventajas competitivas.
- e) Diseño de rutas de entrega desde un centro logístico
- f) Identificar centros de acopio y proveedores potenciales para integrarse al esquema y lograr que haya disponibilidad de productos todo el año, buscando beneficiar y aumentar la competitividad de productores locales y regionales de clústeres productivos.
- g) Proponer opciones de abasto de productos de temporada.
- h) Diseñar opciones de logística y el manejo pos-cosecha que mejor correspondan con la demanda anual.
- i) Elaborar propuesta de modelo logístico de abasto institucional para los diferentes proveedores, incluyendo agrícolas y pesca: 1) descripción del esquema, 2) ventajas, y 3) acciones a realizar.
- j) Desarrollo de manuales, contratos modelo, análisis financieros, de valor agregado, incentivos y arbitraje.
- k) Demanda consolidada total y cartas de intención
- l) Identificación de centros de acopio potenciales de abastecer, fundamentado en el análisis de la producción agrícola.
- m) Acuerdos institucionales requeridos para su implementación
- n) El guión deberá considerar al menos los siguientes aspectos:

I.- Presentación

II.- Introducción

III.- Objetivos

IV.- Antecedentes

V.-Plan de desarrollo de la encuesta, para la recopilación de información relacionada con la identificación de las necesidades de proveeduría de alimentos frescos de los restaurantes

a) Objetivo general

b) Objetivos específicos

c) Diseño Muestral

. Definición de población bajo estudio

. Cobertura

. Unidad muestral

. Tamaño de la muestra

- . Selección de la muestra
- d) Cuestionario
- e) Trabajo de campo
- VI.- Análisis de los datos
 - . Principales variables de estudio
 - . Métodos de medición
 - . Procedimiento de análisis (técnicas estadísticas)
 - . Programa o paquete estadístico que se ajuste mejor a las necesidades
- VII.- Interpretación de la información
 - a) Identificación de la demanda para las principales ciudades
 - b) Identificación de las principales características que debe de cumplir los alimentos, en cuanto a calidades, vida de anaquel, etc.
 - c) Identificar periodicidad del abasto
 - d) Identificar necesidades de crédito y sus características
 - e) Identificación de restaurantes con posibilidad de compras consolidadas
- VIII.- Presupuesto y planificación temporal
- IX.- Estimación del costo total de la investigación
- X.- Asignación de tiempos concretos para cada una de las fases de la investigación
 - a) Cronograma de actividades del estudio
- XI.- Conclusión y recomendaciones

En el Convenio de Colaboración que se suscriba entre la SAGARPA y la persona física o moral seleccionada, se establecerán las fechas de entrega y de pago.

7. Plazos de ejecución

La realización del estudio en comento deberá realizarse en un plazo que no excederá del 15 de diciembre de 2010, a partir de la fecha de suscripción del Convenio de Colaboración entre la SAGARPA y la persona física o moral seleccionada.

El seguimiento de la realización del estudio en comento será conforme lo establecido en los *Lineamientos Específicos de Operación, para la realización de estudios del Programa de Soporte, de los Componentes Planeación y Prospectiva y Desarrollo de Mercados, para el ejercicio fiscal 2010.*