

Anexo d)

Términos de Referencia

ESTUDIO: PROYECTO DEL SISTEMA PARA LA VINCULACIÓN ENTRE PRODUCTORES Y COMPRADORES INSTITUCIONALES

México, D.F., septiembre de 2010.

Términos de referencia para elaborar el estudio: proyecto del sistema para la vinculación entre productores y compradores institucionales

1. Estudio

El título del Estudio es Proyecto del sistema para la vinculación entre productores y compradores institucionales

Tipo de Estudio (Tema General)

El presente estudio tiene por objeto investigar y establecer las reglas necesarias para el desarrollo del Mercado Agropecuario en México, a través del desarrollo de las reglas para un sistema electrónico de información y posturas. En este contexto se ubica en la categoría de Sistemas de información de mercados referente a bienes públicos y fallas de mercado

2. Antecedentes

El comercio de productos agropecuarios carece de reglas para realizar intercambios comerciales sin que impliquen la inspección física del producto, el sistema de comercialización actual descansa sobre los estímulos otorgados en el marco del Programa de Atención a Problemas Estructurales, en particular los apoyos para el ingreso objetivo, ordenamiento del mercado y adquisición de coberturas, todos ellos dirigidos fundamentalmente a maíz, trigo, sorgo, ganado porcino, bovino, algodón y otros. Durante 2009 el volumen comercializado a través del esquema de coberturas alcanzó los 12.8 millones de toneladas.

De su lado, los canales de distribución tradicionales siguen siendo preponderantes en el comercio nacional. Por ejemplo, en el año 2008, los canales de distribución tradicional representaron alrededor del 96% de las ventas totales en las comunidades menores a 15,000 habitantes. Aunque, la participación de estos en localidades superiores a los 100 mil habitantes es menor, en promedio, poco más del 70 por ciento de la producción agroalimentaria se comercializa a través de canales tradicionales

3. Objetivos y Alcance del Estudio

El presente estudio tiene por objeto investigar y establecer las reglas necesarias que el mercado agropecuario en México, pueda incorporarse a un sistema electrónico de Información y Posturas.

Se requiere establecer normas, estándares y esquemas tanto operativos como de conducta, que promuevan el desarrollo del mercado Agropecuario en México.

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

- Operación de cambios, deuda soberana, forwards, swaps, opciones, derivados de crédito, “repos”, bonos corporativos, US treasuries, energía y contaminación.
- Desarrollo de sistemas de transacciones en línea utilizados por un segmento significativo de las principales tesorerías del país.

4. Contenido del Estudio

El contenido del Estudio, deberá incluir entre otros:

La revisión de las reglas actuales de operación del programa de agricultura por contrato de SAGARPA.

Un benchmarking internacional a fin de identificar las mejores prácticas, análisis de las regulaciones actuales y diseño de una propuesta de trabajo que cubra:

- Definiciones y reglas operativas
- Disposiciones Generales
- Usuarios
- Admisión
- Derechos y obligaciones
- Formadores de mercado
- Requisitos, derechos y Obligaciones
- Cotizaciones de compra y venta en forma permanente
- Listado de productos
- De las operaciones altas y modalidades
- Negociación y cumplimiento
- Suspensión
- Cotizaciones
- Sesiones
- Medidas y órganos disciplinarios
- Calidad y controversias

Manuales operativos y propuesta de regulación y autogobierno,
Análisis de propuestas de tarifarias.

5. Metodología

En una primera etapa el consultor deberá revisar toda la normatividad aplicable, y practicas internacionales, análisis de regulación local, usos y costumbres en la comercialización.

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.

La persona física o moral seleccionada deberá realizar sesiones de revisión con un grupo de trabajo asesor, convocado por la SAGARPA.

Trabajo de Campo

La persona física o moral seleccionada deberá trabajar de cerca con al menos 20 centros de acopio, ubicados en el interior del país, con una variedad de productos y procesos que le permita detectar las prácticas comerciales.

Asimismo, deberá realizar las sesiones de trabajo con los principales candidatos para realizar las compras, identificando el valor agregado para cada participante y las principales ventajas por la incorporación al sistema.

Del análisis y las sesiones de trabajo se tendrá que desprender los formadores de mercado. Inicialmente los productos piloto serán jitomate, leche fluida y maíz.

5. Productos esperados y/o Compromisos de entrega

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 primer documento de identificación de la propuesta que incluya descripción de la metodología a seguir, plan de trabajo a desarrollar y acciones a seguir en etapas subsecuentes.

b) Un documento en el que se presenten los avances y resultados preliminares derivados del trabajo en ejecución.

c) Un documento final que incluya conclusiones y recomendaciones conforme al siguiente guión:

ÍNDICE DEL ESTUDIO

- I. Antecedentes de los Mercados Electrónicos, características, beneficios y desventajas.
- II. Marco de referencia del Mercado Agropecuario.
- III. Investigación y confirmación respecto a los criterios básicos necesarios en la operación electrónica.
- IV. Desarrollo de las reglas operativas de un Mercado Electrónico, en base a la costumbre y buenas prácticas internacionales.
- V. Análisis de ventajas y valor agregado para cada tipo de participante.
- VI. Disposiciones generales que debe contener un sistema electrónico de información y posturas.
- VII. Definición de usuarios potenciales en el Sistemas de Transacción.
- VIII. Definición de los requisitos y procedimientos de admisión para operar en el mercado electrónico.
- IX. Derechos y Obligaciones de los participantes del mercado.
- X. La figura de Formadores de Mercado, como impulsores de liquidez y eficiencia.
 1. Requisitos y Procedimiento de Aprobación.
 2. Derechos, obligaciones, prohibiciones y medidas disciplinarias y correctivas.
 3. Reglas especiales de operación.
- XI. De la forma de como listar productos en el sistema electrónico.
 1. Del listado básico de productos.
 2. Listado de canastas.
 3. Cancelación de productos.
- XII. De las Operaciones del Mercado Electrónico de Posturas.
 1. Disposiciones comunes.
 2. Esquemas de operación.
 3. Elementos de validez y requisitos de las operaciones.
 4. Alta de productos.
 5. Modalidades de las operaciones.
- XIII. Negociación y cumplimiento de las operaciones.
 1. Información.
 2. Recepción de información.
 3. Divulgación de información pública.
 4. Medidas preventivas.
- XIV. Suspensión de la Cotización de un producto en el sistema electrónico.
 1. Por Eventos Relevantes.
 2. Por Fluctuaciones Extraordinarias en el Precio.
 3. Por Movimientos Inusitados del Producto.
 4. Por Falta de Entrega de información de especificaciones.
- XV. Suspensión de las Sesiones en el Sistema Electrónico.
 1. Por Caso Fortuito o Causa de Fuerza Mayor
 2. Por movimientos inusitados del mercado.

3. Programas de contingencia.

XVI. Medidas Disciplinarias y Correctivas, Órganos y Procedimientos Disciplinarios

1. Medidas disciplinarias y correctivas
2. Visitas y auditorías
3. Vigilancia de las operaciones
4. Amonestaciones
5. Suspensiones
6. Exclusiones

XVII. Arbitraje

1. Muestras de productos
2. Laboratorios de referencia

XVIII. Modelo de negocio

1. Esquema organizacional
2. Representatividad y gobierno corporativo

d) 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.

e) 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.

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.

6. 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.*