

## **Anexo g)**

# **Términos de Referencia**

## **Estudio de mercado nacional e internacional para productos autóctonos**

México, D.F., Septiembre del 2010.

# **Términos de Referencia para el Estudio de mercado nacional e internacional para productos autóctonos**

## **1. Antecedentes**

Los productos autóctonos se pueden definir como aquellos que son originarios del país y cuya producción y consumo está relacionado con la cultura y tradiciones propias de México. Por su naturaleza, representan una oportunidad para el desarrollo de canales de distribución nicho, en donde se puede lograr sinergias con la cultura, gastronomía y tradiciones de los pueblos de México.

Presenta también oportunidades para incrementar la rentabilidad de pequeños y medianos productores, ya que los métodos tradicionales y a veces artesanales de producción, no permiten la industrialización de los procesos, lo que implica que la escala no es necesariamente una desventaja para estos productos.

Por su demanda creciente y su condición de producto artesanal, se ha identificado que los márgenes y rentabilidad de los productos autóctono por hectárea puede traer beneficios significativos los productores. Por lo que el incremento de las ventas y nichos de mercado para estos productos, repercutirá favorablemente a pequeños productores en zonas marginadas del país.

## **2. Objetivos y Alcance del Estudio**

Identificar la demanda de productos autóctonos en los mercados nacionales e internacionales para cada tipo de canal de distribución (exportación, restaurant, supermercado, tienda de especialidad, etc.).

Identificar la oferta de productos autóctonos para cada estado y municipio, lo que permitirá la coordinación y vinculación entre vendedores y compradores.

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

- Estudios de mercado nacional e internacional.
- Comercio internacional.
- Organización de productores para desarrollo de oferta exportable.

## **3. Contenido del Estudio**

El contenido del estudio deberá considerar por lo menos lo siguiente:

Estudio de mercado para los productos autóctonos en el comercio al detalle, los restaurantes y otros canales nicho. Para lo cual se deberá definir lo que es un producto autóctono y formar una lista de los productos más relevantes de acuerdo

con sus características de origen, representatividad, tipo de producción (procesado, fresco, etc.) y sus principales mercados potenciales.

En segundo lugar se deberán identificar el potencial de venta y los precios a los que se comercializan los productos, como son precio de venta al productor, precio de venta al detalle, costo de producción, costo de distribución y/o exportación, así como su crecimiento en ventas. Para lo cual se deberá entrevistar a los principales compradores y comercializadores de los productos, así mismo se requerirá obtener cartas de intención de venta.

En tercer lugar se deberá identificar la oferta de productos autóctonos para diferentes regiones del país, así como sus características de origen, manejo, perecibilidad y empaque. Para lo cual se deberá hacer un estudio documental para recabar información acerca de los productos, sus principales zonas de producción, así como su potencial productivo. Una vez hecho el análisis documental se deberá hacer un estudio de campo localizando a los productores, en donde se documentará su producción, estacionalidad, costo de producción, precio recibido e información de contacto. Así mismo se deberá documentar las necesidades de equipamiento e infraestructura para mejorar la comercialización, calidad y ventas de sus productos.

Finalmente se deberán proponer mecanismos y estrategias para la comercialización directa de productos autóctonos, entre las que debe incluir su comercialización, distribución, infraestructura y manejo.

#### **4. Metodología**

Para el desarrollo del proyecto de Estudio, se deberá considerar:

##### **Trabajo de gabinete**

En una primera etapa se consideran las actividades de acopio, organización y análisis de información, bases de datos, información de estudios y desarrollo de los temas.

En su caso, las guías de entrevista y cuestionarios que permita conocer sus experiencias y aprovecharlas en las conclusiones del estudio.

##### **Trabajo de Campo**

Recolección y el análisis de la información e investigación de campo que puede abarcar entrevistas a distintos actores.

## 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 y fuentes de información.
- b) Un documento en el que se presenten los avances y resultados preliminares derivados del trabajo en ejecución.
- c) Un documento final que incluya como mínimo los siguientes puntos:

El estudio, deberá abordar la siguiente problemática:

- I. Resumen ejecutivo
- II. Antecedentes
- III. Alcances del proyecto
- IV. Metodología utilizada
- V. Definición y selección de productos autóctonos
  - a. Potencial de mercado
  - b. Potencial de producción
  - c. Características de los productos
- VI. Características
  - a. Naturaleza: origen, perecebilidad, adaptación
  - b. Propiedades: funcionales
  - c. Condiciones de producción
    - i. Estacionalidad
    - ii. Microclimas
    - iii. Costos
    - iv. Escala
    - v. Recolección o cultivado
  - d. Manejo postcosecha
  - e. Empaque/acondicionamiento
- VII. Comercialización
  - a. Canales/transporte
  - b. Distribución
  - c. Precios
  - d. Calidades

- VIII. Demanda
  - a. Nichos
  - b. Perfil del consumidor
  - c. Presentaciones
  - d. Cartas de intención con volúmenes y precios.
- IX. Propuesta de programas y políticas públicas
  - a. Programas de apoyo
- X. Cambio en políticas
- XI. Conclusiones

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.*