



Ministerio
de Industria,
Energía y Minería



Consultoría

**Análisis de consumo actual y demanda potencial de miel en el mercado interno.
Elaboración de propuestas de estrategias de posicionamiento y de comercialización.**

17/08/2020

Antecedentes:

Desde 2016 varias instituciones públicas y privadas han venido trabajando en un plan de fortalecimiento de la cadena apícola de Treinta y Tres con un enfoque territorial.

En 2018 se presenta un proyecto a OPP (Oficina de Planeamiento y Presupuesto), que contribuye a alcanzar los objetivos planteados en la planificación estratégica acordada por la Comisión Apícola de Treinta y Tres. El mismo es ejecutado por la Cooperativa Sierras del Olimar y sus socios son la Intendencia Departamental de Treinta y Tres (IDTT), el Ministerio de Industria Energía y Minería (MIEM) y el Laboratorio Tecnológico del Uruguay (LATU).

El proyecto tiene como objetivo general: “Contribuir a la mejora de los ingresos de los integrantes de la cadena apícola, a través de un proceso de diferenciación de base territorial de la miel, que fomente la competitividad del sector incorporando tecnologías e innovación”.

En el marco de la ejecución del proyecto Facultad de Química de la UDELAR realizó una investigación cuali-cuantitativa de percepción de miel por parte del consumidor uruguayo; a su vez, se contrató una empresa de Marketing con el objetivo de contribuir a: “Mejorar el posicionamiento del sector apícola de Treinta y Tres en el mercado interno y externo”. Una de las funciones de dicha consultoría fue definir la estrategia de desarrollo (diseño, logo, nombre), de promoción y de posicionamiento de una marca para los productos de la cadena de valor de la apicultura en Treinta y Tres. De este trabajo resultó la creación de la marca territorial CUMA (Caracterización Uruguaya de Miel Autóctona)

Términos de referencia (TDR)

Realizar un estudio que oficie de insumo y complemento al trabajo que se ha venido realizando con la cadena apícola del departamento de Treinta y Tres sobre el desarrollo, la promoción y posicionamiento de una marca con énfasis en el consumo interno de miel.



Ministerio
de Industria,
Energía y Minería



Se trata de realizar un estudio sobre el consumo de miel a nivel nacional, para luego definir las bases de desarrollo, promoción y posicionamiento de CUMA, que apoye la estrategia de comercialización de la marca.

El estudio identificará y aportará insumos que fortalezcan la estrategia de comercialización de CUMA en el mercado interno, que pueda ser de utilidad para otros proyectos del sector apícola nacional, tendiendo a la mejora de la competitividad del sector.

A. Especialidad o calificación requerida

- El experto deberá ser una persona o empresa con cualificada formación y demostrable experiencia en estudios de consumo y mercado interno.
- Deberá contar con un mínimo de 5 años de experiencia
- Se valorará particularmente el conocimiento de estudios de mercado de tipo cualitativo y cuantitativo.

B. Información relevante

El país tiene una larga trayectoria como productor y exportador de miel. Actualmente hay unos 2.500 propietarios de colmenas registrados en el Sistema Nacional de Trazabilidad de los Productos Apícolas (SINATPA). Cerca del 90% de la producción total de miel es vendida al exterior.

Hasta la fuerte expansión de la agricultura de secano, la capacidad de competir por precio frente a otros productores, constituían fortalezas del sector, que vendía una alta proporción de sus exportaciones a la Unión Europea.

Ese escenario ha cambiado. El sector mantiene fortalezas (recursos humanos conocedores, empresas exportadoras experimentadas, trazabilidad del tambor de miel); pero los cambios en la situación de los mercados constituyen las principales debilidades del país, conformando un panorama con amenazas que deben ser enfrentadas con cambios en la estrategia y sus instrumentos.

Por otra parte, en el mercado han irrumpido una serie de países productores que venden miel a menores precios que los usuales, en muchos casos mezcladas con otros azúcares, dirigidas a mercados menos exigentes a este respecto. Esos competidores son especialmente fuertes en el mercado estadounidense, que era el segundo en importancia para Uruguay. También se está produciendo una diferenciación con proveedores que obtienen mayores precios con mieles monoflorales, adecuadamente promovidas y comercializadas.



Ministerio
de Industria,
Energía y Minería



Se menciona que el consumo de miel a nivel país es bajo, pero se desconocen las cantidades consumidas en el mercado interno, las tipologías, las calidades preferidas, en síntesis, se desconocen las pautas de consumo de miel a nivel nacional así como la potencialidad de dicho mercado.

C. Objetivo General de la Consultoría

Realizar un estudio sobre el consumo de miel a nivel nacional – cuali y cuantitativo, planteando aspectos que puedan ser de interés para el posicionamiento de la marca comercial CUMA, en especial para su estrategia de comercialización a nivel nacional.

D. Objetivos Específicos de la Consultoría

- 1- Analizar la demanda actual del consumo de miel a nivel país (Montevideo/Interior/ Región Este; Estacionalidad) informe cuali y cuantitativo, identificando los diferentes tipos de miel, según precios, color, origen botánico, geográfico, envasada, mezclas, edulcorantes o jarabes en base a miel, etc.

E. Productos a entregar

1. Un informe cuali y cuantitativo del consumo actual de miel en el país.

F. Actividades a desarrollar

- Firma del contrato de consultoría
- **Primera etapa:** elaboración de informe de avance de consultoría.
 - Fecha envío informe de avance: al mes y medio de la firma del contrato
- **Segunda etapa:** presentación del informe e intercambio con las instituciones referentes y actores de la cadena apícola
 - Fecha máxima: hasta cuatro meses luego de firmado el contrato

G. Grupos destinatarios

Los destinatarios de la información generada serán la Cooperativa Sierras del Olimar, la Cámara Empresarial de Treinta y Tres, la Intendencia Departamental de Treinta y Tres y el Ministerio de Industria, Energía y Minería.

H. Fecha de inicio y período de ejecución

El comienzo de la consultoría será a partir de la firma del contrato con la Intendencia Departamental de Treinta y Tres y se dispondrá de hasta un período de cuatro meses para finalizar la misma.



Ministerio
**de Industria,
Energía y Minería**



I. Remuneración

- El monto total asignado a esta consultoría será de hasta \$ U 150.000 (pesos uruguayos ciento cincuenta mil) por todo concepto, del cual se descontará el monto del IVA.
- El consultor recibirá un adelanto del 35% a la firma del contrato, 30% contra la presentación del primer informe de avance y el 35 % restante contra entrega del informe final.
- El contrato se firmará entre el consultor seleccionado y la Intendencia Departamental de Treinta y Tres

J. Postulación

- Los interesados en postularse, deberán enviar CV y propuesta de trabajo - con cronograma de ejecución - a las siguientes casillas de mail:
 - jimena.gonzalez@miem.gub.uy
 - desarrollo.economico@treintaytres.gub.uy
 - centroctytres@gmail.com
- Plazo para postulación: lunes 31 de agosto 2020 a las 17 hs

K. Selección

- Para el proceso de selección del consultor / empresa consultora, se conformará un tribunal integrado por un representante de la Cooperativa Sierras del Olimar, uno de la Intendencia Departamental de Treinta y Tres, uno de la Cámara Empresarial de Treinta y Tres, y uno del Ministerio de Industria Energía y Minería (MIEM)