

# **PROYECTO DE PROMOCIÓN**

## **PROGRAMA DE FERIAS INSTITUCIONALES Y MISIONES COMERCIALES** **2009-2010 (1)**

### **TASTE OF MEXICO CHILE**

La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), a través de Apoyos y Servicios a la Comercialización Agropecuaria (ASERCA), consciente de que la estrategia más importante para mejorar los ingresos de los productores es incrementar su presencia en los mercados globales, implementando para ello acciones integrales para la promoción y certificación de productos agroalimentarios.

En virtud de lo anterior, el Acuerdo por el cual se establecen las Reglas de Operación de la SAGARPA, publicado el 31 de diciembre de 2008, considera los tipos de apoyo para la promoción de exportaciones y ferias, en el componente Desarrollo de Mercados del "Programa de Soporte", con el fin de orientar la producción a las demandas de los mercados nacional e internacionales, reemplazando al programa anterior denominado PROMOAGRO.

Lo anterior en apego al Programa Sectorial de Desarrollo Agropecuario y Pesquero 2007-2012, el cual considera: "impulsar campañas de promoción de productos genéricos con la participación de los Sistema Producto, para dar soporte a los esfuerzos de promoción individual que hacen las empresas y productores nacionales; inducir el enlace comercial entre los productores y los procesadores de productos primarios nacionales con las principales cadenas de tiendas distribuidoras, restaurantes y hoteles en el interior y en el exterior del país.; promover y coordinar la participación de organizaciones económicas de productores y empresas mexicanas en eventos y exhibiciones nacionales e internacionales especializadas en alimentos y bebidas, presentando una imagen de calidad, sanidad e inocuidad que consolide a México como un proveedor confiable de productos agroalimentarios; fomentar acciones que permitan integrar a un mayor número de productos al esquema de certificación México Calidad Suprema, así como a otros esquemas de certificación con reconocimiento mundial, que faciliten el acceso de los productos mexicanos a mercados internacionales; apoyar los requerimientos de los productores en temas específicos de capacitación y asesoría para facilitar su acceso a nuevos mercados; incentivar la participación de los productores en los mercados mediante el fortalecimiento de los Consejos de Promoción de las cadenas agroalimentarias y el desarrollo de campañas de promoción a nivel nacional e internacional; fomentar la creación de más y mejores canales de distribución que permitan al consumidor acceder a productos con precios competitivos y aumentar el margen de utilidad para el productor"; entre otras.

En este contexto, el Comité Técnico Nacional de la SAGARPA, designó a ASERCA como Unidad Normativa y a la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones como Unidad Responsable y Ejecutora del "Programa Anual de Ferias Institucionales y Misiones Comerciales", con el objeto de lograr la integración del

productor a los mercados nacional e internacional con productos de calidad; facilitar el acceso de los productos agroalimentarios y pesqueros mexicanos a dichos mercados, a través de apoyos para la promoción, a fin de hacerlos más competitivos; así como promover y desarrollar mercados en el extranjero, a través de la participación de la Secretaría y los productores del sector agroalimentario y pesquero mexicano en exposiciones, eventos y misiones comerciales especializados en alimentos y productos del sector.

Es importante mencionar que las exportaciones agroalimentarias de México con el mundo, han mantenido una tasa media anual de crecimiento del 15.2% de 2000 a 2008 en comparación al período 1995-2000, cuando crecieron a una tasa anual media del 5.2%.

Coincidencia o no, el crecimiento de las exportaciones agroalimentarias de México concuerda con la creación del PROMOAGRO, asimismo, durante el 2006 que fue cuando se consolidó el programa, se autorizó el manejo y operación de los recursos para los eventos a través de ASERCA y se aumento y diversificó el número de participaciones en exhibiciones tanto de nuevas empresas y productos como de nichos de mercado.

Del 2007 a 2008 las exportaciones agroalimentarias de México alcanzaron un crecimiento del 13.85% con respecto a 2007, pasando de 14,806 millones de dólares estadounidenses, a 16,858 millones de dólares estadounidenses en 2008. (Fuente.- Banco de México)

Cabe señalar que la participación de los productores mexicanos a través de ASERCA en exhibiciones especializadas, permite entre otras cosas: diversificar mercados y tipos de productos que históricamente se han promocionado, evaluar y mejorar la calidad de sus productos y su presentación ante los productos de otros países que se reúnen en los recintos de exhibición, reconocer de forma práctica las demandas de otros mercados, las tendencias y las oportunidades de los productos agrícolas mexicanos y ampliar el número de beneficiarios de las cadenas productivas, permitiéndonos apoyar a un mayor número de productores del sector social, lo cual nos permite contribuir al propósito de hacer del campo mexicano, un modo de vida digno, al tiempo que tenemos "Más México en el Mundo".

Por ello, la participación de los productores agroalimentarios y pesqueros mexicanos en misiones comerciales, degustaciones, exposiciones y eventos nacionales e internacionales tiene importantes ventajas para:

- a) Algunos representan el primer paso para exportar;
- b) Otros la oportunidad de diversificar sus exportaciones;
- c) Muchos de ellos son el instrumento idóneo para consolidar mercados y posicionar sus productos;
- d) Identificar y evaluar a la competencia; y,
- e) Conocer las innovaciones tecnológicas en el sector (maquinaria, empaques, presentación, etc.).

f) Que compradores potenciales tengan un acercamiento directo con sus productos, de tal manera que se propicie el inicio o la consolidación de una relación comercial.

De ésta forma, la prioridad es el desarrollo de actividades que permitan obtener mayores beneficios y ventajas para los productores mexicanos, en virtud de los nichos y ventanas de mercado identificados por las cinco Consejerías Agropecuarias de México en el Exterior.

## **El Mercado Chileno y oportunidades para México**

México cuenta con un territorio 2.6 veces superior al chileno, concentra 6.7 veces la población de Chile, y por el tamaño de la economía mexicana propicia que el PIB (\$1,559 miles de millones de dólares) sea superior en 6.4 veces al PIB chileno (\$245 miles de millones de dólares) quien reporta un nivel ligeramente más alto que el de nuestro país.

Tanto México como Chile cuentan con una variedad de climas que posibilitan el desarrollo de diversas actividades agropecuarias. Debido al clima desértico al norte, temperaturas moderadas en las costas y frías al sur del país, la actividad agrícola en Chile se concentra en la parte central y la producción pecuaria al Sur.

En materia comercial, México y Chile tienen antecedentes de colaboración, en 1992 se firmó un Acuerdo de Complementación Económica (ACE) y el primero de Agosto de 1999 entra en vigor el Tratado de Libre Comercio entre México y Chile. En este tratado se contempló la eliminación arancelaria inmediata para los productos de ambos países excepto: langostas; camarones, bogantes; leche evaporada; algunos quesos; uvas (excepto para dos estacionalidades); trigo; cebada; maíz; aceites; azúcar; tabaco y cigarros. Para estos productos se consolidó en algunos casos una preferencia arancelaria o la exclusión de dicho Tratado. Para algunos de estos productos con arancel de Nación Más Favorecida se ha eliminado de manera unilateral.

Dentro del promedio de 2004-2006 México exportó a Chile cerveza, preparaciones para alimentación infantil, grasas y aceites de pescado, papas, café sin tostar, salsas, aguacates y tequila.

El comercio entre México y Chile es complementario por las estacionalidades del año, ya que se encuentran en polos diferentes.

Este país sudamericano se ha convertido en el segundo socio comercial de México a nivel Global (décimo tercer comprador y décimo tercer abastecedor), después de Brasil.

Las relaciones comerciales México-Chile se rigen por el Tratado de Libre Comercio que signaron ambos países y que entró en vigor en agosto de 1999. Durante los últimos cinco años, el comercio entre ambos países se ha incrementado a una tasa anual de crecimiento de 9.2 por ciento.

Fuentes:

1. The World Factbook, Instituto nacional de Estadísticas de Chile (INE). 5 de agosto de 2009
2. FAOSTAT <http://www.fao.org/corp/statistics/es/> 6 de agosto de 2009
3. "Crece el Campo, señala Alberto Cárdenas" Periódico Siglo.com <http://www.elnuevosiglo.com.mx/notas/2009/junio/25/nacional/crece.html> 5 de agosto de 2009

## **Sobre la Exhibición**

A "Taste of Mexico" organizado por SAGARPA a través de ASERCA y con apoyo de la Embajada de México en Chile, se desarrolla un programa de actividades diversas y muy exitosas: el objetivo es posicionar los productos mexicanos en el mercado chileno y llegar a los consumidores finales a través de un festival gastronómico. Mediante la degustación, hombres de negocios del sector agroalimentario chileno y la población en general, pueden apreciar la apariencia, sabor y calidad de los nuestros productos.

## **A Taste of Mexico Chile**

Esta es la primera ocasión en que se llevará a cabo un evento de degustación de éste género para el mercado chileno, se contará con la presencia del Señor Secretario de Agricultura, Ing. Alberto Cárdenas Jiménez.

### **Objetivo.**

El objetivo central del presente proyecto es unir los esfuerzos de productores y empresas agroalimentarias de productos interesados en participar en el evento A TASTE OF MEXICO CHILE y los apoyos de ASERCA/SAGARPA, representado por la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, en una estrategia conjunta que les permita propiciar el establecimiento de relaciones comerciales con compradores del mercado de Chileno a través la promoción de sus productos en una degustación especializada.

Para ello, la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, promoverá la participación de productores y empresas de productos frescos y procesados en el evento A TASTE OF MEXICO CHILE; a fin de que tomen parte en las diferentes actividades de dicho evento.

Por lo anterior y como parte del presente proyecto, encaminados al cumplimiento del objetivo, los beneficiarios que se integran a él, por interés y voluntad propia, aceptan que ASERCA/SAGARPA, representada para los efectos del presente proyecto por el Titular de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, conforme a los montos máximos de apoyo estipulados en las Reglas de Operación vigentes, le otorgue como Apoyo Federal lo siguiente:

**Espacio de exposición.**- ASERCA contratará con un espacio abierto en el cual se montará el Pabellón de exhibición y lo necesario para llevar a cabo una degustación constante de los productos participantes, acorde al diseño que resulte más adecuado para los productos a exhibir.

**Pabellon.**- ASERCA contratará los servicios para el diseño, construcción, montaje y

desmontaje del Pabellón en el cual se distribuirá de manera proporcional para colocar las muestras; de forma visible, el módulo contará con el nombre y logo de la empresa o de la marca comercial de cada beneficiario.

Adicionalmente se acondicionará un área para la preparación y la degustación de los productos a exhibirse. El pabellón se adecuará con gráficos que resalten el tipo de productos a promocionarse, estando de acuerdo el expositor a presentarse de forma institucional como México.

**Degustación.-** ASERCA contratará los servicios necesarios para la degustación de los productos en exhibición dentro del Pabellón de México a fin de generar un acercamiento más directo con posibles compradores.

**Material promocional.-** ASERCA adquirirá material promocional de apoyo. Es importante resaltar que el material promocional llevará impreso el logo MEXBEST, que es la imagen con la que se manejan actualmente los pabellones mexicanos en el extranjero. ASERCA distribuirá el material entre los beneficiarios para que lo utilicen de acuerdo a sus necesidades. Asimismo, se recomienda a cada empresa llevar material promocional de su empresa.

**Envío de muestras.-** ASERCA contratará los servicios que se requieran para el envío y manejo de los productos que las empresas deseen presentar en la degustación. Es muy importante que la empresa envíe producto adicional para exhibir durante el evento ya que ello refuerza el acercamiento con posibles compradores e importadores. Para el presente evento las muestras se consolidarán en una Agencia Aduanal localizada en la Ciudad de México la cual se hará cargo del traslado de muestras de la Ciudad de México a la Ciudad de Santiago de Chile. Como parte de su envío, las empresas podrán enviar folletos y cualquier material que consideren pertinente para su distribución durante el evento.

**Otros.-** Como parte del proyecto, ASERCA pagará todos aquellos gastos derivados del presente proyecto como impuestos, distribución de invitaciones, publicidad, así como cualquier otro que resulte necesario para la participación de los productores mexicanos en el evento.

Por su parte, todos aquellos que se adhieren al presente proyecto como beneficiarios del componente Desarrollo de Mercados del Programa de Soporte se comprometen a:

1. Que toda vez que entiende los alcances del presente convenio, manifiesta bajo protesta de decir verdad que los acepta y por voluntad propia estampa en él su firma.
2. Cada beneficiario declara bajo protesta de decir verdad que no cuenta con referencias negativas de participaciones previas en ferias institucionales, eventos, exposiciones y/o misiones comerciales organizados por ASERCA, como son: cancelación sin previo aviso, cancelación sin causa justificada o incumplimiento de los acuerdos y agendas establecidas.
3. Enviar en tiempo y forma los documentos requeridos de conformidad a los requisitos y criterios de elegibilidad de la Reglas de Operación vigentes y de los

Lineamientos específicos de Operación del Programa de Soporte, respecto del Componente "Desarrollo de Mercados" y para la promoción comercial.

4. Transporte y acomodo de muestras de su producto, a fin de que el módulo asignado, tenga siempre producto en exhibición; así también destinar parte de las muestras para preparación de platillos o bocadillos de degustación.
5. Cumplir con la agenda de actividades del evento y contar siempre con personal de su empresa para dar información y con capacidad de negociación.
6. Completar el formato de evaluación del proyecto con datos fidedignos.
7. Los beneficiarios del presente proyecto además de cumplir con los puntos anteriores, se comprometen a no generar referencias negativas por cancelación sin previo aviso, cancelación sin causa justificada o incumplimiento de los acuerdos y de lo que establece la normatividad vigente.

Por este medio, manifiesto que por interés y voluntad propia, a nombre de la empresa que represento estoy de acuerdo en tomar parte del proyecto "AGRITRADE 2009" y que estoy de acuerdo con lo que en él se establece.

Por ASERCA.

Nombre:

Firma:

Cargo:

Los BENEFICIARIOS.

Empresa:

Representante Legal:

Firma: