

PROYECTO DE PROMOCIÓN

PROGRAMA DE FERIAS INSTITUCIONALES Y MISIONES COMERCIALES 2009-2010

WORLD FOOD MOSCU 2009

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 de alimentos en Rusia

El mercado de alimentos es uno de los que se desarrolla más rápidamente en éste país debido a un incremento en la demanda del consumidor en línea con el rápido crecimiento del poder adquisitivo. Esto provee a los importadores interminables oportunidades de inversión.

En 2006 la economía rusa creció un 6% y en 2005 importó más de USD\$16,000 millones en alimentos y productos agrícolas. Cabe tener en cuenta que:

- Rusia ofrece un mercado potencial enorme: 143 millones de consumidores.
- Rusia es el mercado minorista con más rápido crecimiento en el mundo, con el potencial de duplicar su tamaño nuevamente para 2008, como sucedió desde 2001.
- Las ventas minoristas crecieron un impresionante 12% en 2004 alcanzando los USD\$198,300 millones.
- 44 % de los productos de venta minorista son importados.
- 90 % de los alimentos preparados en restaurantes y cafés en Rusia occidental son importados.
- El comercio de frutas alcanzó en 2004 la suma récord de USD\$1.600 millones, 40 % más que en 2003.

Con información de:

Libro Blanco de Seguridad Alimentaria:

http://ec.europa.eu/dqs/health_consumer/library/pub/pub06_es.pdf

USDA Gain Report - Russian Federation Exporter Guide 2005

Sobre la exposición

A lo largo de 18 años, World Food Moscú se ha posicionado como un evento líder en la industria alimentaria a nivel internacional y como el más importante para productos frescos en Rusia. Esta exposición se realiza anualmente y es identificada por los productores y distribuidores locales y extranjeros como la plataforma idónea para dar a conocer sus marcas en el mercado ruso.

Este año tendrá lugar del 15 al 18 de septiembre y se espera la participación de cerca de 1300 expositores provenientes de 63 países, así como de 54 expositores nacionales, quienes estarán distribuidos en los 25,128 m² de piso de exhibición.

En éste evento se dan lugar una gran cantidad de expositores: productores de alimentos y bebidas, locales e internacionales interesados en promocionar sus productos y servicios para el sector de alimentos minorista, catering, chefs, mayoristas y distribuidores, por lo que se ha convertido en un punto de encuentro obligado para industriales y profesionales del sector alimenticio.

World Food Moscow 2009 estará dividido en 10 secciones: 4 exposiciones y 6 secciones temáticas de acuerdo al sector, con el objetivo de que los visitantes identifiquen más fácilmente los productos de su interés y los expositores se beneficien de visitantes más especializados.

Las secciones son: Carne y Aves; Alimentos congelados y preparados; Bebidas; Té y Café; Almacén y Snacks; Lácteos; Confeitería y Golosinas; Catering y Tecnología; Pescado y Frutos de mar; Aceites, Grasas y Salsas; Frutas y Vegetales; Alimentos saludables y news showcase.

Para ésta 18ª edición, se esperan a más de 50,000 visitantes incluyendo: mayoristas, minoristas, distribuidores, dueños y gerentes, directores, empresarios hoteleros, representantes de cervecerías, gerentes de ventas y de comercialización, ingenieros, técnicos, embotelladores, gerentes de higiene, gerentes de materias primas, provenientes de Rusia y CIS, Europa del Este y Asia Central.

De acuerdo a los resultados reportados de la edición 2008: Se contó con la participación de 1308 expositores, quienes representaron a 63 países con 57 pabellones internacionales ante una afluencia de 45,250 visitantes.

Con información de:

<http://www.feriasalimentarias.com/worldfood-moscow/>

<http://www.world-food.ru/eng/>

Participación de ASERCA/SAGARPA en 2008.

Esta será la segunda ocasión en que ASERCA/SAGARPA a través de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, otorgue apoyos para la participación de productores del sector agroalimentario mexicano con el propósito de que interactúen con compradores de Rusia y otros países.

En la edición 2008, el Pabellón de México estuvo conformado por un grupo de 8 empresas mexicanas, quienes participaron en un espacio de exhibición de 125 m². Los productos que se exhibieron fueron: Tequila, Licor de damiana y raíces, zarzamora, limón, guayaba, espárragos, zanahoria, calabaza, brócoli, pimiento, chícharo, entre otros.

Participación de ASERCA/SAGARPA en 2009.

Objetivo.

El objetivo central del presente proyecto es unir los esfuerzos de productores del sector agroalimentario mexicano y ASERCA/SAGARPA, representado por la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones en una estrategia conjunta que les permita propiciar las relaciones con compradores de Rusia, Europa del este y Asia central, a través la promoción de sus productos en una exhibición especializada.

Para ello, la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, promoverá la participación de productores y empresas comercializadoras de productos frescos WORLD FOOD MOSCÚ 2009; 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 el Comité Organizador del evento el espacio en el cual se construirá el pabellón, acorde al diseño que resulte más adecuado para los productos a exhibir y el cual tendrá una extensión aproximada de 125 m², considerando un mínimo de 10 empresas expositoras y un máximo de 12.

Construcción.- ASERCA contratará los servicios para el diseño, construcción, montaje y desmontaje de la exhibición la cual cada beneficiario contará con un módulo de exhibición con área de almacenaje, que de acuerdo a sus necesidades podrá contar o no con un refrigerador y charolas para colocar sus muestras. De forma visible, cada módulo portará el nombre de la empresa o de la marca comercial de cada beneficiario y en la medida de lo posible, su logo.

Como áreas comunes, la exhibición contará con una cocina o barra para la preparación de la degustación de los productos a exhibirse y un área de degustación.

El módulo se adecuará con gráficos, bodegas y en la medida de lo posible, contará con una pantalla de plasma para la proyección de todos los videos promocionales de las empresas participantes.

Los posters, banners, anuncios, displays, calcomanías o cualquier decoración ya sea de pared o piso que las empresas coloquen en sus módulos, serán removidos si estos afectan la visibilidad o distorsionan la imagen total de la exposición y se evaluará su acomodo en las áreas comunes, si esto último no fuera posible, se retirarán.

Gafetes.- ASERCA proporcionará a los beneficiarios, dos gafetes por módulo de exhibición.

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.

Degustación.- ASERCA contratará los servicios necesarios para la degustación de los productos en exhibición dentro del Pabellón de México.

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 exhibición y aquellos que serán donados para las degustaciones. Es muy importante que la empresa cuente con producto disponible para exhibir durante el evento ya que ello refuerza el acercamiento y la negociación 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 al Centro de Exhibiciones y Convenciones de la ciudad de Moscú.

Otros.- Como parte del proyecto ASERCA pagará todos aquellos gastos derivados del presente proyecto como impuestos, distribución de invitaciones, publicidad, transferencias bancarias y traducción de documentos, 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. Informar sobre el avance de las negociaciones realizadas con los contactos establecidos en los eventos en que participe, cada seis meses y durante un año posterior al mismo, así como facilitar al personal de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, información para el seguimiento de los resultados obtenidos por su participación en "WORLD FOOD MOSCU 2009".
8. 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 "WORLD FOOD MOSCU 2009" y que estoy de acuerdo con lo que en él se establece.

Por ASERCA.

Nombre:

Firma:

Cargo:

Los BENEFICIARIOS.

Empresa:

Representante Legal:

Firma: