

PROYECTO DE PROMOCIÓN
PROGRAMA DE FERIAS INSTITUCIONALES Y MISIONES
COMERCIALES

2010-2011

EXPO CAFE 2010

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 el Acuerdo por el cual se establecen las Reglas de Operación de la SAGARPA, publicado el 29 de Diciembre de 2009, considera los tipos de apoyo para la promoción de exportaciones y ferias, en el componente Promoción de Exportaciones y Ferias 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, a través de ASERCA y la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones se implementa el "Programa Anual de Ferias Institucionales y Misiones Comerciales 2010-2011", 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.

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.

CARACTERISTICAS DEL MERCADO

México cuenta con una enorme riqueza cafetalera gracias a su topografía, altura, clima, suelo, que permiten cultivar sin mucho riego y producir variedades clasificadas entre las de mejor calidad y sabor del mundo. Así mismo, estas ventajas nos han llevado a desarrollar la experiencia de varias generaciones en el cultivo.

Actualmente, nuestro país cuenta con catorce Estados cafetaleros entre ellos se encuentran Colima, Chiapas, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, México, Morelos, Nayarit Oaxaca, Puebla, Querétaro, San Luis Potosí, Tabasco y Veracruz, los cuales conforman una superficie de cultivo de café de 812,624 hectáreas, con una producción total anual de 1,370,268 toneladas registradas en el cierre de producción 2009 del SIAP.

A escala mundial, Hoy en día México ocupa el sexto lugar como productor de café después de Brasil, Colombia, Vietnam e Indonesia. El 62% de la producción nacional se destina para exportación, mientras el resto es para los procesos del consumo local, destacando las clasificaciones de altura, prima lavado, naturales, mezclas de diferentes tostados, siendo las principales variedades Arábica y Robusta.

Durante muchos años la producción de café en México ha sido el principal motor del desarrollo de importantes regiones, consolidándose como uno de los principales productos del sector agropecuario por la generación de divisas para el país, equivalente a \$5, 542,665.52 millones de pesos durante el periodo 2008-2009 según las cifras de SIAP, donde el promedio del valor de producción del café representa 1.81% del total del valor del PIB agropecuario.

En el aspecto de exportación nuestro país ocupa la decima primera posición después de naciones como Brasil, Vietnam, Colombia, Indonesia, Perú, India, Etiopia, Guatemala, Honduras y Uganda. Los principales mercados para el café mexicano son Estados Unidos con el 68.04 % de la producción, seguido por Bélgica con 7.04%, y Alemania con el 6.79% dando un total de 81.87% del total de nuestras exportaciones según el ciclo 2008-2009 (Asociación Mexicana de la Cadena Productiva del Café, AC)

Fuentes.

Resumen Nacional de Producción de Café 2009, Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, www.siap.gob.mx

Cierre de Producción Agrícola por Cultivo 2009, Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera, www.siap.gob.mx

Informe Sobre el Mercado de Café 2009-2010, International Coffee Organization, http://www.ico.org/show_document.asp?id=2496

Distribución de las Exportaciones de Café.- Asociación Mexicana de la Cadena productiva del Café, A.C. 2009, www.spcafe.org.mx

ATECEDENTES DE EXPO CAFÉ 2009

En la edición pasada 2009 Expo Café arrojó buenos resultados: Durante los 3 días del evento contaron con la asistencia de 18,674 personas de las cuales 8,785 fueron compradores profesionales de cafeterías, barras de café, restaurantes, banquetes, hoteles, comedores, ejecutivos, universidades, hospitales, productores, tostadores, fabricantes de maquinaria para café, bares, comedores industriales, tiendas de autoservicios y franquicias. Así mismo, 9,889 fueron consumidores directos quienes se interesaron en comprar maquinaria, montar una cafetería, buscar café soluble para casa u oficina; o solo querían aprender más del mundo del café. También, dentro de Expo Café 2009 hubo 180 stands, los cuales a pesar de estar llenos, representaban a más de 680 marcas nacionales de gran calidad y sabor.

El 84% de los visitantes eran del Distrito Federal y Estado de México, el 16% restante provenían de Veracruz, Chiapas, Guerrero, Hidalgo, Jalisco, Michoacán, Morelos, Guanajuato, Nuevo León, Oaxaca, Puebla y Querétaro. Es importante destacar que el evento fue visitado por gente de toda la república quienes el 55% argumentó nunca antes había asistido a Expo Café.

De los compradores profesionales el 63% tomaban decisiones de compra y el 37% compartieron la decisión, el 35% de los visitantes iban en busca de proveedores, los 27% en busca de maquinaria, accesorios y equipo, mientras el 38% quería informarse de las novedades de la industria. En general, el 91% de los asistentes reflejaron su agrado y satisfacción sobre la exposición.

*(Expo Café, 2010, http://tradex.mx/web/index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=5)
(Info Red, Resultados de Expo Café 2010, http://www.infored.com.mx/noticias_2983_Resultados-Expo-Cafe-12a-edicion-2009.html)*

SOBRE EL EVENTO-EXPO CAFÉ 2010

Expo café 2010 es un evento cuya misión es promover el consumo de café y establecer las oportunidades necesarias para los negocios, acercando a los promotores de esta industria a más clientes, emprendedores e interesados para que contacten y hagan negocios con más de 18,000 visitantes como: dueños de cafeterías, hoteles y restaurantes, tiendas especializadas, expendios, boutiques, franquicias, fabricantes de helados y repostería, gerentes directivos de empresas de diversas regiones productoras de café, distribuidores, tostadores, representantes del sector agrario y fabricantes de productos y saborizantes a base de café (licores, dulces y artesanías)

Expo café es la única exhibición de promoción de este sector a nivel nacional que se caracteriza por algunas razones como lo son: el 60% de sus invitados son gente con poder de decisión de compra, realiza negociaciones comerciales inmediatas con los visitantes interesados en ampliar o iniciar su negocio, se comercializa a nivel nacional e internacional, se crean y posicionan marcas, ampliar cartera de clientes y difusión de productos relacionados con la industria cafetalera.

En la 13 edición de Expo Café, que se llevará a cabo en el World Trade Center de la Ciudad de México, del 2 al 4 de septiembre del 2010, se contará con actividades adicionales a la exhibición como lo son: talleres, conferencias y cursos enfocadas a la industria cafetalera, la cual cuenta con más de 12 años de experiencia, donde participan consejos estatales de café, fabricantes de cafeteras e inmobiliario, productores y comercializadores de café en grano, verde, molido y tostado, tostadores, molinos, proveedores de empaques, etc.

*(Expo Café, 2010, http://tradex.mx/web/index.php?option=com_content&view=article&id=4&Itemid=5)
(Info Red, Expo café 2010, <http://benito-juarez.infored.com.mx/288031/Expo-Cafe.html>)*

Participación de ASERCA/SAGARPA

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 de promoción que les permita propiciar las relaciones con el mercado Centroamericano, a través de su participación en una exhibición del Pabellón Mexicano.

Esta será la primera 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 los productores mexicanos en este evento.

Para ello, esta Coordinación General promoverá la participación de productores y empresas comercializadoras de productos frescos, procesados y de bebidas en el evento "Expo Café 2010", considerando una participación de 10 empresas.

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 un espacio de 144 m² en el cual se construirá el pabellón, acorde al diseño que resulte más adecuado para los productos a exhibir.

Pabellón.- ASERCA contratará los servicios para el diseño, construcción, montaje y desmontaje del Pabellón en el 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.

Como áreas comunes, el Pabellón contará con una cocina para la preparación de la degustación de los productos a exhibirse. El Pabellón se adecuará con gráficos, bodegas y si es posible, con pantallas de plasma para la proyección de los videos promocionales con los que cuente cada empresa; éstas serán distribuidas de acuerdo a las necesidades del pabellón en su conjunto.

Los pósters, 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 del Pabellón y se evaluará su acomodo en las áreas comunes, si esto último no fuera posible, se retirarán. Lo anterior está encaminado a tener un mayor impacto colectivo estando de acuerdo el expositor a presentarse de forma institucional como México.

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.

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

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.

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 "Promoción de Exportaciones y Ferias" 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 "EXPO CAFE 2010" y que estoy de acuerdo con lo que en él se establece.

Por ASERCA.

Nombre:

Firma:

Cargo:

Los BENEFICIARIOS.

Empresa:

Representante Legal:

Firma: