

PROYECTO DE PROMOCIÓN

PROGRAMA DE EVENTOS Y EXPOSICIONES **2010**

FRUIT LOGISTICA 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 virtud de lo anterior, mediante Acuerdo por el cual se establecen las Reglas de Operación de la SAGARPA, publicado el 31 de diciembre de 2007, se incluyeron 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.

Asimismo, y de acuerdo con lo establecido en el Reglamento Interior de la SAGARPA y el Manual de Operación de ASERCA, el Comité Técnico Nacional en sesión del 14 de abril de 2008, acordó llevar a cabo el otorgamiento de los apoyos del componente Desarrollo de Mercados, a través de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de ASERCA.

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 propósito de ASERCA es 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.

Es importante mencionar que el comercio agroalimentario de México presentó una tasa media anual de crecimiento del 9.9% de 2001 a 2005 en comparación al sexenio anterior cuando las exportaciones del sector crecieron a una tasa anual media del 5.2%. El crecimiento del sexenio pasado concuerda con el inicio 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 aumentó y diversificó el número de participaciones en exhibiciones tanto de nuevas empresas y productos como de nichos de mercado. Del 2005 al 2006 alcanzó un crecimiento del 20% en las exportaciones agroalimentarias y pesqueras mexicanas con el mundo, pasando de 10,631 millones de dólares en 2005 a 12,749 millones de dólares en 2006. (Cifras elaboradas por ASERCA con base en datos del Banco de México hasta noviembre de 2006)

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 Europa.

En todos los sectores, las exportaciones de México a la UE crecieron 14.4% del año 2007 al 2008. Al mismo tiempo, las importaciones de México provenientes de la UE se incrementaron 4.2 %.

En este sentido, las exportaciones de México a la UE alcanzaron en el año 2008 un valor record de 13.8 mil millones de euros, pero específicamente en el rubro de productos agroalimentarios crecieron por 17% para alcanzar un valor de 0.75 mil millones de euros. En cuanto a las importaciones, decrecieron por -8% a un volumen de €0.65 mil millones (-8% a €0.8 mil millones).

La Comunidad Europea, constituye un mercado de 27 países con una población de cerca de 500 millones de personas, con creciente número de agricultores y una industria de alimentos y bebidas con una facturación total de 800 mil millones de euros aproximadamente, que da empleo a 4.1 millones de personas.

En el curso de una generación, la alimentación en Europa se ha vuelto más variada y diversa, con ingredientes y platos de todo el continente y del mundo. Al mismo tiempo y como resultado de una serie de incidentes alimentarios —como la enfermedad de las vacas locas (BSE por sus siglas en inglés), las dioxinas y la salmonela— que han sacudido la confianza del consumidor, los controles de calidad, y la legislación europea y nacional es cada vez más estricta.

La demanda de alimentos es estable, debido al escaso crecimiento poblacional, la edad de los consumidores y la creciente predilección por comer fuera de casa. Por tanto, los productos fáciles de cocinar, nuevos y exóticos, orgánicos, o comida preparada que cumplan con los estándares de calidad e inocuidad son los que prefieren cada vez más los consumidores. En los últimos años esto ha impulsado la industria alimentaria europea, siempre en busca de nuevas ideas.

Exportaciones de productos frescos mexicanos a Europa.

La Unión Europea es el segundo productor de frutas, con el 14% del total mundial, y el mayor importador de frutas frescas. En 2003 el valor de las importaciones fue de 7 mil millones de dólares. Hacia 2005, la UE importó 4,113,000 toneladas de fruta y 1,164,000 de toneladas de vegetales. La tendencia es el incremento de las importaciones, principalmente en productos cuya temporada de cosecha no coincide con la europea. En tanto, el comercio de frutas y hortalizas frescas dentro de la UE sobrepasó los 24 millones de toneladas en 2006.

El mercado hortofrutícola en Alemania, -sede del evento Fruit Logística- alcanzó ventas aproximadas de 19,500 millones de euros durante 2006, correspondiente a un consumo de 210 Kg. por habitante.

Debido al creciente interés de los consumidores hacia productos saludables y de calidad, proyectos destinados a aumentar el consumo de frutas y vegetales están siendo exitosos.

Las exportaciones mexicanas del sector agroalimentario y pesquero hacia la UE acumularon un valor de 565 millones de euros. Entre los productos frescos, sobresalen: café verde, aguacate y limones.

El comercio agroalimentario y pesquero total entre México y la Unión Europea ascendió a 1,470.36 millones de euros en el año 2008, cifra superior en 4.10% a los 1,412.41 millones del año anterior. En 2008, México registró por primera vez desde hace 10 años un superávit en la balanza comercial agroalimentaria y pesquera con la UE, el cual ascendió a 43.62 millones de euros. Este superávit es resultado del incremento de 15.52% en las exportaciones mexicanas a la UE y de una disminución de 5.73% de las importaciones provenientes de los 27 países miembros.

A lo largo de los últimos años, Europa se ha posicionado como uno de los líderes a nivel mundial respecto a la importación y exportación de frutas y vegetales.

Con información de:

Consejería Agropecuaria de México para Europa, "Estudio de Mercado de la Miel en la Unión Europea", Mayo 2007.

Dirección General de Investigación de la Unión Europea, "Seguridad de los Alimentos en Europa"

http://ec.europa.eu/research/leaflets/food_safety/index_es.html

USDA "European Trading Agreements in Fruits and Vegetables" elaborado por Gene Hasha.

<http://www.ers.usda.gov/publications/VGS/Jul04/vgs30301/vgs30301.pdf>

Delegación de la Comisión Europea, "El Desarrollo de la Balanza Comercial entre México y la Unión Europea"

http://www.delamex.ec.europa.eu/es/ue_y_mexico/balanza_comercial.htm

Sobre la exposición.

Fruit Logística es el evento internacional líder para el mercado de productos frescos en Europa, ya que más de 2000 compañías representativas de toda la cadena de valor de los productos frescos se dan cita en éste escenario, contando con representantes que van desde las cadenas globales más grandes hasta los productores más pequeños provenientes de todo el mundo. En este espacio se presentan 1,864 expositores internacionales, representando a 68 países y contando con una afluencia de 50,430 visitantes.

Por lo anterior, a través de los años se ha posicionado e incrementado su importancia para el sector hortofrutícola tanto de Europa, como de otros continentes.

Este evento cuenta con 72,025 metros totales de piso de exhibición y 41,790 netos de exposición, siendo el mayor entre todos los eventos de productos frescos a nivel mundial.

La exhibición proporciona a empresas relacionadas con la comercialización de frutas frescas, la oportunidad de ofrecer sus servicios, desde el cultivo hasta la venta. En particular, Fruit Logística se define como un foro en donde países en desarrollo tienen una plataforma ideal para promover "productos exóticos", además de que los nuevos miembros de la Unión Europea del Centro y Este de Europa pueden presentar su mercancía al público internacional.

En la exposición se ofrecen frutas y hortalizas frescas, frutas secas, nueces, especias, productos biológicos, flores y plantas, así como servicios y técnicas relacionados con el embalaje, almacenamiento, envío y logística de transportación, conservación de los alimentos, formas de exhibición de los productos y marketing.

Los visitantes a su vez, son agricultores, importadores y exportadores de productos frescos, mayoristas y minoristas, compañías empacadoras y de transporte, asociaciones e instituciones varias.

Fruit Logística se ha distinguido por contar con visitantes especializados en el sector y con capacidad de decisión y compra.

Participación de México en 2009.

Fruit Logística 2009, se llevó a cabo del 4 al 6 de febrero en su tradicional sede de Berlín, Alemania.

México estuvo presente por séptima ocasión, a través del pabellón MexBest, que contó con una extensión de 260 m² y la participación de 27 empresas, las cuales ofrecieron los siguientes productos: limón persa, tahití e italiano, tuna blanca y

roja, ajo; zarzamora, aguacate, mango, papaya hawaiana, maradol, zanahoria, cebolla, uva de mesa, plátano y banano, tomate saladette, chile poblano, jalapeño, serrano, fresco, habanero, mini corazón de lechuga, toronja y nopal.

De acuerdo a las encuestas, las empresas reportaron que como resultado de su participación, estimaron tener ventas inmediatas por USD \$2,553,975.00; ventas estimadas a corto plazo (es decir, 6 meses) USD \$14,666,632.00; y ventas estimadas a mediano plazo (más de 6 meses) de USD \$24,493,764.00.

Las empresas reportaron haber contactado a 215 clientes habituales y 318 clientes potenciales.

Participación de México en 2010.

La edición del 2010 tendrá lugar del 3 al 5 de febrero de 2010, en la México fungirá como país anfitrión con el objetivo de reforzar los trabajos de promoción comercial, impulsando la comercialización de los productos mexicanos en la Unión Europea a través de la presencia en éste importante evento.

Será la octava ocasión en que México participe a través del Pabellón de MEXBEST, el cual estará conformado por 35 productores de frutas y hortalizas.

Objetivo.

El objetivo central del presente proyecto es unir los esfuerzos de productores de frutas y hortalizas, 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 el establecimiento de relaciones comerciales con compradores de dichos productos en Europa, a través de su participación en una exhibición especializada de alimentos, y dentro del Pabellón MexBest.

Para ello, la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, con el apoyo directo de la Consejería Agropecuaria de México en Bruselas, Bélgica, promoverá la participación de productores de frutas y hortalizas, en el evento Fruit Logistica 2010, considerando como mínimo la participación de 32 empresas como mínimo y 37 como máximo.

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 312 m², con capacidad para un mínimo de 32 y un máximo de 37 expositores.

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 y en la medida de lo posible, su logo.

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

El pabellón 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 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. Asimismo, se recomienda a cada empresa llevar material promocional de su empresa o marca.

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 Berlín.

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

Traducción.- ASERCA contratará los servicios de personal capacitado para traducir de español-alemán-inglés durante el evento; cada beneficiario podrá recurrir a los servicios de dicho personal siempre que lo considere necesario dentro del horario de exhibición. Los traductores no podrán ofrecerle servicios de tiempo completo, es solo personal de apoyo durante el horario de exhibición y no podrá tratarse de uno por exhibidor, debido a las medidas de austeridad y racionalidad del gasto.

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. Cumplir con la agenda de actividades del evento y llevar producto para la exhibición, así como para el catálogo promocional de diferenciación de mieles si le aplica.
5. Completar el formato de evaluación del proyecto con datos fidedignos.
6. Enviar invariablemente durante la primera semana posterior al evento, copia de los comprobantes que amparen su aportación como beneficiario, por concepto de los gastos en que incurra para participar en el evento.
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 la exposición "Fruit Logistica 2010".
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 "Fruit Logistica 2010" y que estoy de acuerdo con lo que en él se establece.

Por ASERCA.

Nombre:

Firma:

Cargo:

Los BENEFICIARIOS.

Empresa:

Representante Legal:

Firma: