

PROYECTO DE PROMOCIÓN
PROGRAMA DE FERIAS INSTITUCIONALES Y MISIONES
COMERCIALES

2010-2011

GOURMET SHOW 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.

EL MERCADO GOURMET EN MÉXICO

El producto gourmet se define como el más alto grado de calidad en su categoría y son alimentos especiales por superan las siguientes características: son únicos, de origen exótico, cuentan con un proceso productivo artesanal, sus ingredientes son orgánicos o naturales, abastecimiento limitado, diseño artesanal, representan algo muy tradicional o étnico, su embase es muy especial o extraordinario, y su canal de distribución es limitado pero con grandes ganancias.

En los análisis de resultados de Gourmet Show 2008 y 2009 se señala que el 10% de la población total de México es consumidor de productos gourmet. Y Se estima que la tasa de crecimiento anual de consumo de productos gourmet es del 7%, ya que el

mercado gourmet en México va creciendo conforme el consumidor mexicano va madurando y relacionándose con el buen comer o mejor dicho, comer sanamente, y con el gusto hacia la experimentación de nuevos sabores.

Hoy en día, debido a los problemas de salud como lo son la obesidad, diabetes y cáncer, se espera que en México aumente la demanda por los productos naturales, orgánicos y gourmet, los se consumen principalmente un 70% fuera de casa y últimamente se están empezando a consumir en el hogar los productos que representan beneficios para la salud. Por tal motivo, se debe detonar el mercado gourmet en México a través de la promoción y de igual forma apoyar a las pequeñas y medianas empresas, las cuales conforman el 80% de la industria.

Debemos recalcar que el producto gourmet es un gran nicho de oportunidad y que representará en los próximos años una excelente área de negocios, donde el tema de gastronomía ya está lejos de ser un lujo, ahora se pueden ver productos con estas características en la mayoría de los supermercados y se espera que también en escuelas, universidades y lugares públicos se consuman productos de calidad sin que perjudique la salud de los mexicanos, gracias a la iniciativa del Congreso de no permitir comida chatarra dichos lugares o establecimientos y fomentar el consumo de productos nutritivos y de saludables.

Fuente: México representa nuevas oportunidades para expandir el mercado gourmet, Gourmet Show, http://www.tradex.com.mx/Gourmet-09/boletin_8.pdf

Fuente: Muestra Crecimiento el Mercado Gourmet, lunes 8 de octubre del 2008, La Imagen Agropecuaria, http://www.imagenagropecuaria.com/articulos.php?id_sec=24&id_art=550.

SOBRE LA EXHIBICION GOURMET SHOW 2010

Gourmet Show, es una exposición especializada que promueve el buen comer en México al reunir todos los actores comprometidos con alimentos, bebidas, accesorios de calidad e ingredientes esenciales para la cocina gourmet. Es por eso, se considera una plataforma ideal para promover sus productos; asegurando que los visitantes son profesionales de la industria de la hospitalidad y el mundo gourmet.

El perfil de los expositores, es muy variado ya que el mundo gourmet es muy creativo por las exigencias de los distintos paladares y por quienes elaboran platillos sofisticados, donde los que más se consume son: vinos y licores, carnes, pescados y mariscos, quesos, charcutería, aceites, vinagres, aderezos, salsas, condimentos, especias, conservas, mermeladas, jaleas, pan, dulces, repostería, productos orgánicos, café y té.

La edición 2010 se llevara a cabo en World Trade Center de la Ciudad de México del 2 al 4 septiembre. Allí se presentaran las novedades y tendencias de los alimentos y bebidas gourmet, las cuales buscan la oportunidad por medio de estos eventos para promover directamente dichos productos con distribuidores de la industria de la hospitalidad, tiendas de autoservicios y especializadas, restaurantes, compradores directos, embajadas y representaciones comerciales.

Así mismo, Gourmet Show ofrece un programa de conferencias para difundir la cultura gourmet y enriquecerla con la diversidad de aportaciones que existen en el mercado

gastronómico. Aunado a este proyecto, habrá un foro abierto para catas, degustaciones, presentaciones de productos, novedades, y tendencias de la industria gourmet.

Como cualquier gran exposición, Gourmet Show organizará cita de negocios, para que los compradores puedan agendar citas de negocios con los expositores en los horarios y fechas de la exposición a través de la página web.

Durante la edición Gourmet Show 2009 asistieron 6,592 personas de las cuales 3,807 representaban tiendas especializadas, supermercados, tiendas departamentales, restaurantes, bistros, banqueteros, chefs, distribuidores y mayoristas, importadores y exportadores, embajadas y representantes comerciales.

En esa misma edición 2009, visitaron la exposición 2,785 consumidores directos de escuelas de gastronomía, personas de alto nivel adquisitivo interesados en conocer los productos gourmet que exhibieron 152 expositores de varios Estados de la República Mexicana, destacando la participación de Chiapas, Yucatán, Puebla, Querétaro, Durango, Aguascalientes, Zacatecas, Oaxaca, Nuevo León, Jalisco, Estado de México, Baja California, así como presencia CONAPESCA quien participo con un pabellón de 24 microempresarios, además de la asistencia de expositores internacionales de Estados Unidos, Italia, Francia, Bélgica, España, Inglaterra y Líbano.

Fuente: Gourmet Show 2010, www.gourmetshow.com.mx

Participación de ASERCA/SAGARPA en 2010

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 "Gourmet Show 2010", considerando una participación de 12 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 104 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 modulo 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 "Gourmet Show 2010" y que estoy de acuerdo con lo que en él se establece.

Por ASERCA.

Nombre:

Firma:

Cargo:

Los BENEFICIARIOS.

Empresa:

Representante Legal:

Firma: