PROYECTO DE PROMOCIÓN

PROGRAMA DE FERIAS INSTITUCIONALES Y MISIONES COMERCIALES

2010-2011

SCAJ 2010

Specialty Coffee Association of Japan

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 inició 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.

SOBRE EL EVENTO SCAJ 2010

Esta exposición es organizada desde el 2005 por Specialty Coffee Association of Japan (SCAJ), y la cual es sin duda la mejor opción para que las empresas del sector cafetalero muestren la excelencia de sus productos en el mercado Asiático.

Dentro de este evento se ofrecen seminarios y meses de trabajo donde se comparten experiencias sobre la producción y técnicas del proceso del tostado del café en otras partes del mundo, así mismo se cuenta con la participación de gente especializada en los temas relacionados con la industria del café.

Una de las actividades que más destaca en SCAJ, es el concurso "World Barista Championship", donde los baristas de distintas nacionalidades ponen a prueba su destreza y habilidad en la preparación y presentación del café, donde los jueces, al degustar el café decidirán quién es el mejor.

SCAJ por su especialidad es una gran oportunidad para diversificar nuestro café en Asia, el evento cuenta con 100 compañías expositoras y una afluencia de 40,000 visitantes dentro de los cuales se encuentran representantes de distribuidoras, restauranteros, mayoristas y minoristas, interesados en los productos que se ofrecen.

El mercado de café en Japón

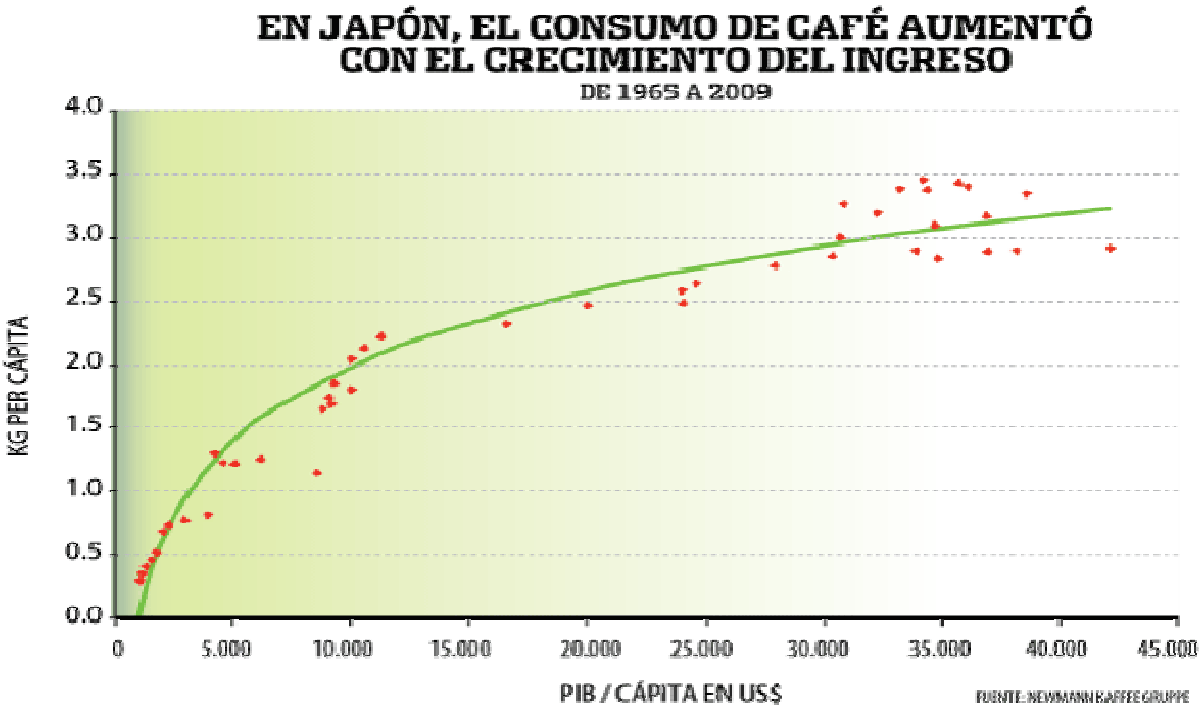
La cultura japonesa siempre se ha caracterizado por el consumo de té a lo largo del día a través de muchas generaciones. Pero en los últimos años esta tradición ha cambiado en los consumidores.

El consumo se ha disparado en los últimos 40 años. Inicialmente, su consumo estaba reservado principalmente a los adultos urbanos más adinerados, pero ganó fuerza gracias a los siguientes cuatro factores:

- Un cambio marcado en la sociedad con una cierta "occidentalización" de los hábitos de consumo;
- Un aumento en el nivel de vida;
- La promoción y un hábil mercadeo;
- El establecimiento y desarrollo de atractivos café-bar.

Aunque estos cuatro factores crearon una sustancial base de producto, el crecimiento posterior se logró gracias a una mejora considerable en la calidad del producto e innovaciones en los sistemas de distribución del mismo.

En la siguiente tabla nos podemos observar el incremento en el consumo de café con relación al aumento del ingreso desde 1965 al 2009. Con eso nos podemos dar cuenta de que impacto tuvo el café en el mercado japonés y como se ha vuelto más popular en la cultura del consumo de té verde.



http://www.dinero.com/edicion-impresa/caratula/japon-consumo-cafe-aumento-crecimiento-del-ingreso_69479.aspx

La información más reciente publicada por la ICO (International Coffee Organization) del mercado se muestra en la siguiente tabla en la cual se muestra la cantidad de bolsas de 60 kilogramos que se importaron a Japón en los meses que ahí se muestran.

Febrero 2009	Marzo 2009	Abril 2009	Mayo 2009	Junio 2009	Julio 2009	Agosto 2009	Septiembre 2009	Octubre 2009
599,597	728,602	725,537	639,048	657,380	727,676	598,397	468,668	488,733

LA INDUSTRIA DEL CAFÉ EN MÉXICO.

La cafeticultura en nuestro país tiene una importancia económica y social considerable, tiene sus cimientos a finales del siglo XVIII, cuando ya se habían registrado las primeras exportaciones del grano provenientes de Córdoba. Debido a la guerra de Independencia, el cultivo fue abandonado, retomándose hasta 1817.
Las regiones cafetaleras se concentran en cuatro zonas: las vertientes del Golfo de México y del Océano Pacífico, la zona Centro-Norte y la del Soconusco en Chiapas, en el sureste mexicano, que en conjunto abarcan 398 municipios en los 12 estados productores.

México produce cafés de excelentes calidades, ya que su topografía, altura, climas y suelos le permiten cultivar y producir variedades clasificadas dentro de las mejores del mundo, la variedad genérica que se produce en México es la "arábica", que se clasifica dentro del grupo de "otros suaves". Destacan por su calidad las variedades Coatepec, Pluma Hidalgo, Jaltenango, Marago y Natural de Atoyac, sólo por citar algunas. Como productor de café México ocupa el quinto lugar a nivel mundial, después de Brasil,

Colombia, Indonesia y Vietnam, México es el primer productor mundial de café orgánico, y uno de los primeros en cafés "Gourmet".

Las exportaciones de café de México específicamente a Japón han significado valores monetarios reflejados en el PIB (Productos Interno Bruto). A continuación se muestra una grafica de la balanza comercial del café entre nuestro país y el mercado nipón, reflejado en millones de dólares.

Descripción	**2007**	**2008**	**2009**
JAPON	1698.53	1903.92	1459.86
Café, Tostado O Descafeinado			

Source of data: Secretary of Economy

Podemos observar que en el 2007 las exportaciones fueron de 1698.53 millones de dólares, mientras que en el 2008 fue de 1903.92 millones de dólares, las cifra actual es de noviembre del 2009 la cual reflejo 1459.86 millones de dólares.

La participación de los envíos de café a Japón refleja un porcentaje en el total de las exportaciones de México. En noviembre del 2009 fue de 71%.

% Participación		
2007	2008	2009
0.68	0.7	0.71

Source of data: Secretary of Economy
Fuentes:
Centro de Estudios de las Finanzas Públicas, Cámara de Diputados.
http://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/cefp054200
http://www.ico.org/prices/m5.htm1.pdf

Vinculando
http://vinculando.org/comerciojusto/cafe_mexico/cafe_mexico.html
World Trade Atlas, Source of data: Secretary of Economy

Objetivo.

El objetivo central del presente proyecto es unir los esfuerzos de los beneficiarios que suscriben y ASERCA, representado por la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, en una estrategia que les permita acceder con las mejores condiciones en cuanto a precio, calidad y oportunidad al evento "SCAJ 2010", con el objeto de promover y posicionar sus productos en el mercado estadounidense e internacional.

Participación de ASERCA en 2009

La edición en 2009 de este evento tuvo una gran cantidad de eventos entre los cuales pudimos encontrar. Ruedas de prensa, cursos de preparación de comida mexicana, degustaciones para todo el público, entrega de material publicitario, conciertos de grupos mexicanos, entrevistas con prestigiosos chefs mexicanos, etc.

Participación de México en el 2010.

Para la edición 2010, ASERCA a través de su página web, las Asociaciones relacionadas con el sector agropecuario y pesquero mexicano, las Secretarías de Desarrollo Agropecuario y de Desarrollo Económico de los Estados, las Oficinas Regionales de ASERCA y de la SAGARPA, el Directorio de Agroexportadores y las bases de datos de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, lanzará la convocatoria de participación en el presente proyecto; teniendo como margen mínimo satisfactorio de participación 10 empresas.

Como parte del presente proyecto y encaminados al cumplimiento del objetivo, los beneficiarios que se integran a él, por interés y voluntad propia, declaran bajo protesta de decir verdad que no se encuentran en el supuesto del Artículo 6 de las Reglas de Operación en donde se señala que "Bajo ningún concepto podrán ser beneficiarios de los programa y componentes de las presentes Reglas de Operación, los servidores públicos de la Secretaría, de los Agentes Técnicos o las Secretarías de Desarrollo Agropecuario (SDA) o sus equivalentes en las Entidades Federativas, o de los Municipios, así como sus cónyuges o parientes consanguíneos o demás personas que al efecto y con sujeción a las disposiciones prevea la legislación federal y estatal en materia de responsabilidades de los servidores públicos." y aceptan que la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de ASERCA, con el monto correspondiente al Apoyo Federal y conforme a los tipos de apoyo estipulados en las Reglas de Operación vigentes, lleve a cabo lo que se enuncia a continuación:

Espacio de exposición.- ASERCA contratará con el Comité Organizador del evento, el espacio en el cual se construirá el pabellón.

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.

Envío de muestras.- ASERCA contratará los servicios que se requieran para el envió y manejo de los productos que las empresas deseen presentar en la exhibición y aquellos que serán donados para las degustaciones. Es indispensable 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

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 "SCAJ 2010" y que estoy de acuerdo con lo que en él se establece.

Por ASERCA.

Nombre: Firma:

Cargo:

Los BENEFICIARIOS.

Empresa:

Representante Legal: Firma: