PROYECTO DE PROMOCIÓN

PROGRAMA DE FERIAS INSTITUCIONALES Y MISIONES COMERCIALES 2010-2011

SIAL PARIS 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 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.

El Mercado de la Unión Europea

El comercio total agroalimentario y pesquero entre México y la Unión Europea (UE de 27 miembros) con base a la Agencia Europea de Estadística (Eurostat) 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 el periodo 1998/2008 el comercio total agroalimentario registró una tasa promedio de crecimiento anual de 5.99%.

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.

En el 2008 el 75.24% las exportaciones se concentró en 7 grupos de bienes: bebidas alcohólicas, cereales, frutas, café, legumbres, preparaciones de legumbres y frutas y la pesca. El principal grupo de productos agroalimentarios exportados a la UE corresponde a bebidas alcohólicas con 187.89 millones de euros que representan el 25% de las exportaciones agroalimentarias. Las exportaciones de cereales (trigo principalmente) se convirtieron en el segundo grupo en importancia, al representar el 12.48% de las exportaciones agroalimentarias de México a la UE.

Por su parte, las frutas continuaron siendo el tercer grupo en importancia; éstas representaron el 10.48% del total agroalimentario exportado. El cuarto grupo lo representaron el café. El sexto grupo son las preparaciones de legumbres y hortalizas (5.65% del total) y los pescados y crustáceos fueron el séptimo grupo con el 5.25% del total.

Fuente:
Balanza Comercial Agroalimentaria y Pesquera México – UE 2008. Consejería Agroalimentaria en Bruselas, Bélgica / Elaborado en base a Eurostat, 4/2009

El Mercado Francés

La apertura internacional de México a través del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea entró en vigor desde el año 2000.

En relación a todos los sectores, en el 2008, Francia ocupó el lugar no. 25 como importador de México y el 12 entre los proveedores (el quinto lugar a nivel europeo detrás de Alemania, Italia, los Países Bajos y España).

El comercio entre Francia y México tuvo una expansión notable entre 2004 y 2008, como consecuencia de un aumento muy dinámico del PIB mexicano, de la internacionalización creciente del país y de la instrumentación del Tratado de Libre Comercio UE-México.

Entre 2004 y 2008, según las estadísticas francesas, las exportaciones a Francia, en productos agrícolas y pesca representaron un 5,6%. A pesar de un ritmo de crecimiento promedio del 5,3% en los últimos cinco años, el monto de los productos mexicanos adquiridos por Francia sigue siendo limitado (0,786 mil millones de €).

Fuente :

Embajada de Francia en México **:** http://www.ambafrance-mx.org

The Global Food Marketplace: http:// www.sial.fr

Sobre SIAL Paris

Desde 1964, los agentes mundiales de la industria agroalimentaria, la distribución y la restauración se dan cita cada dos años en SIAL París para presentar sus productos, descubrir las innovaciones, debatir sobre las nuevas tendencias, reflexionar sobre la evolución y retos del mercado. Cerca de 185 países visitantes y 101 países expositores participaron en la última edición de SIAL en 2008: los 147,860 visitantes tuvieron la posibilidad de encontrarse con 5,500 expositores, lo que permitió establecer numerosos contactos comerciales. Así es como el 60% de los expositores esperaba más de 3 meses de volumen de negocio, tras los contactos establecidos durante SIAL.

SIAL está concebido para multiplicar encuentros profesionales eficaces. Reúne en un solo lugar y durante cinco días a los mejores agentes de la distribución, el comercio y restauración mundiales que están en buscan proveedores y socios.

Datos arrojados por el comité organizador del evento, mencionan que el 85% de los visitantes de la edición 2008, han descubierto empresas que desconocían y 48% no habían visitado la feria nunca antes.

SIAL es una exposición altamente especializada, ya que su oferta es muy valorada debido a que está en un espacio claramente segmentado, lo que la convierte en una feria exhaustiva y multiespecializada.

La segmentación fina de los sectores y profesionales, así como la organización racional del espacio y una señalización explícita, favorece las visitas dirigidas, así como la rápida y práctica ubicación de los expositores dentro del centro de exposiciones.

Francia es el país líder de la industria agroalimentaria europea, y su capital, París, la capital mundial de la alimentación. Con más de 62,500 visitantes franceses, SIAL es el trampolín ideal para desarrollar sus actividades en el mercado hexagonal. Podrá encontrar distribuidores-revendedores, contactar todas las Grandes y Medianas Superficies francesas (GMS), conocer a los líderes de la restauración[1].

Fuente:
www.sial.fr

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 europeo, específicamente francés, 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 como; miel, café, vainilla, jarabe de agave, azúcar, y productos de tipo gourmet en el evento "SIAL, Francia 2010", considerando una participación de 20 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 el espacio 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 con un stand 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. 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 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 al recinto ferial en la ciudad de Paris Francia.

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, 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 Promoción de Exportaciones y Ferias 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".
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 "SIAL, París 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 "SIAL PARIS 2010" y que estoy de acuerdo con lo que en él se establece.

Por ASERCA.

Nombre: Firma:

Cargo:

Los BENEFICIARIOS.

Empresa:

Representante Legal: Firma: