

PROYECTO DE PROMOCIÓN

PROGRAMA DE FERIAS INSTITUCIONALES Y MISIONES COMERCIALES 2010-2011

SEOUL FOOD & EXPO 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.

Sobre el evento Seoul Food & Hotel 2010

Seoul Food & Hotel 2010 es el único evento que abre las puertas del mercado de Corea de Sur a los alimentos y bebidas de otras naciones, para su distribución en los hoteles, tiendas de autoservicios, restaurantes y bares. Este evento será en el majestuoso Centro de Exposiciones de Internacionales de Corea del Sur (KINTEX- Korean International Exhibition Center) del 12 al 15 de Mayo del 2010.

Seoul Food & Hotel reúne a compradores de Corea del Sur, de todo la región Asia Pacífico, Europa, América, África, y Medio Oriente. Así mismo se incluyen importadores coreanos, compradores de cadenas de comida rápida, restauranteros y la de la industria manufacturera donde el objetivo es establecer contactos y realización de negocios para el sector agroalimentario.

Por tal motivo, Seoul Food and Hotel 2010 es la gran oportunidad para posicionar nuestros productos cárnicos y bebidas espirituosas.

El mercado en Corea.

Corea del Sur importa el 70% de sus productos agroalimentarios, porque menos del 20% de su tierra es arable. Ingresos en alza, más mujeres en la fuerza de trabajo y una

generación joven que ha viajado y busca marcas internacionales y sabores, están empujando el crecimiento de los negocios al por menor, supermercados, hipermercados y restaurantes familiares al estilo occidental.

Es el tercer mercado de alimentos importados de la región Asia-Pacífico y la demanda de productos como vegetales congelados, preparaciones y confitería está creciendo debido a que la industria local carece de la habilidad para producirlos. Los consumidores coreanos han apreciado siempre los alimentos frescos y naturales con beneficios comprobados para la salud y la dieta. Los alimentos orgánicos, funcionales y dietéticos son cada vez más apreciados, están dentro de su cultura. En los hoteles más importantes, a través de buenos restaurantes y negocios de especialidades, las ventas de alimentos y bebidas suman el 50% de las ventas totales de productos.

Para el 2008, México aumentó sus exportaciones a 36,205.7 USD que representa un aumento de 4.2% en comparación al 2007. Entre los productos que más se exportaron se encuentran; carne y despojos comestibles 49%, bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre (11%) y pescados, crustáceos y moluscos (11%) entre otros.

Actualmente Corea se ha convertido en un país importador neto de alimentos; gracias a un alto PIB per cápita promedio de \$26,465.32 USD, el consumo de productos, frescos, procesados, orgánicos, carne de res y cerdo del extranjero ha ido en aumento.

La oportunidad de introducir cárnicos a Corea es importante, ya que solo tres países están autorizados para introducir este tipo de alimentos: Australia, Nueva Zelanda y México, logrando oportunidades grandes para productores mexicanos porque sus productos están libres de enfermedades que afectan a ganaderos de otros países.

En México se tienen la certificación TIF (Tipo Inspección Federal) y la autorización necesaria reconocida por The South Korea National Veterinary Research & Quarantine Service (NVRQS), para la cual, el sacrificio, proceso y frigorífico son los factores a evaluar.

Asimismo México tiene alta calidad de cortes finos para la exportación como los son Chuck Roll, Skirt, Rib, EyeRoll, Tendons, Shank, Outside Skirt, Tenderloin, Brisket, Knuckle, Eye Round, Inside Round, Short Rib, Top Sirloin, Striploin, Finger Meat, Hump, hueso y costilla de puerco y muchos otros, nos han ayudado a atraer inversionistas coreanos dedicados a procesar carne a nuestro país.

En el mercado coreano el consumo de carne de cerdo es más frecuente debido a que es parte de sus hábitos alimenticios y su precio es más accesible, en comparación con la carne de res. El promedio de consumo de res por persona es de 8 Kg. por año, mientras que para puerco es 17.4 Kg. por persona al año, según estimaciones en 2007. Cabe mencionar que entre más rápido se introduzca la carne a Corea los precios de dicho producto serán más accesibles y ocasionará un incremento del consumo de la población.

En 2008, las exportaciones de México a Corea, carne de res y despojo, fueron de 3'222,751 toneladas de producto.

Fuente:

1. CNN Expansion.com, Negocios, 13 de Mayo del 2007, "Carne sin estrés va de México a Corea", <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2007/5/13/carne-sin-estres-va-de-mexico-a-corea/view> 30-04-2009
2. Bacomext, Presentación Jose Antonio Peral, Julio del 2007, "Oportunidades de Exportación de Cárnicos a

Corea"., http://www.bancomext.com/Bancomext/aplicaciones/directivos/documentos/SemCarnicos_OpOrtCorea_JAP.pps#464,14,ENFOQUE DEL SECTOR CÁRNICOS EN COREA 30-04-2009

3. El Economista, Edición Empresa, 15 de Julio del 2008, "Quiere Asia mas Carne de Bovino"., http://www.alimentariaonline.com/desplegar_notas.asp?did=4399 29-04-2009
4. La Imagen Agropecuaria. Comercialización 04 Diciembre del 2007, "México ya es segundo proveedor de carne a Japón" http://www.imagenagropecuaria.com/articulos.php?id_sec=11&id_art=280 29-04-2009
5. Ichthus Education Center & Bio-world Products Inc.. Presentación Francisco Min., "El Mercado de Carne Bovina en Corea y Expectativas de Exportación de la Carne Bovina Mexicana a Corea"., <http://www.cucba.udg.mx/SICARNE/Korea.pdf> 30-04-2009
6. <http://www.feriasalimentarias.com/seoulfoodandhotel/> SAGARPA con datos de UNComTrade

Participación de México en 2009

En el 2009 la participación de México fue diferente debido a la Epidemia de Influenza y las restricciones que tanto la OMS como cada país aplicó. Por lo que solo se enviaron los productos a Corea y nuestros contactos allá se hicieron cargo de promoverlos. Participaron en total 12 empresas.

Objetivo.

El objetivo central del presente proyecto es unir los esfuerzos de los beneficiarios interesados en participar en el evento SEOUL FOOD & HOTEL 2010 y los apoyos de ASERCA/SAGARPA, representado por la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, en una estrategia conjunta que les permita propiciar el establecimiento de relaciones comerciales con compradores de distintos países a través de la promoción de sus productos en una exhibición especializada.

Para ello, la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, promoverá la participación de productores en el evento SEOUL FOOD & HOTEL 2010; a fin de que tomen parte en las diferentes actividades de dicho evento.

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 se encargará de obtener el espacio en el cual se llevará a cabo la exhibición, acorde al diseño que resulte más adecuado para los productos a exhibir, con capacidad para 12 expositores.

Construcción.- ASERCA contratará los servicios para el diseño, construcción, montaje y desmontaje de la exhibición la cual cada beneficiario contará con un módulo de exhibición con área de almacenaje. 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, la exhibición contará con una cocina o barra para la preparación de la degustación de los productos a exhibirse y un área de degustación.

El módulo 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 de la exposición y se evaluará su acomodo en las áreas comunes, si esto último no fuera posible, se retirarán.

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.

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 de la Ciudad de México al recinto ferial en Seúl, Corea.

Degustación.- ASERCA contratará los servicios necesarios para la degustación de los productos en exhibición dentro de la exhibición; así como los servicios necesarios para la degustación de los productos durante la exhibición.

Otros.- Como parte del proyecto, ASERCA pagará todos aquellos gastos derivados del presente proyecto como impuestos, distribución de invitaciones, publicidad, 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 "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 "SEOUL FOOD & HOTEL 2010" y que estoy de acuerdo con lo que en él se establece.

Por ASERCA.

Nombre:

Firma:

Cargo:

Los BENEFICIARIOS.

Empresa:

Representante Legal:

Firma: