

# **PROYECTO DE PROMOCIÓN**

## **PROGRAMA DE FERIAS INSTITUCIONALES Y MISIONES COMERCIALES**

**2009-2010**

### **"WOP DUBAI 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, el Acuerdo por el cual se establecen las Reglas de Operación de la SAGARPA, publicado el 31 de diciembre de 2008, considera 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, 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, el Comité Técnico Nacional de la SAGARPA, designó a ASERCA como Unidad Normativa y a la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones como Unidad Responsable y Ejecutora del "Programa Anual de Ferias Institucionales y Misiones Comerciales", 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.

Es importante mencionar que las exportaciones agroalimentarias de México con el mundo, han mantenido una tasa media anual de crecimiento del 15.2% de 2000 a 2008 en comparación al período 1995-2000, cuando crecieron a una tasa anual media del 5.2%.

Coincidencia o no, el crecimiento de las exportaciones agroalimentarias de México concuerda con la creación 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 aumento y diversificó el número de participaciones en exhibiciones tanto de nuevas empresas y productos como de nichos de mercado.

Del 2007 a 2008 las exportaciones agroalimentarias de México alcanzaron un crecimiento del 13.85% con respecto a 2007, pasando de 14,806 millones de dólares estadounidenses, a 16,858 millones de dólares estadounidenses en 2008. (Fuente.- Banco de México)

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 en Medio Oriente**

El interés del consumo por productos agroalimentarios y pesqueros en Medio Oriente es muy extenso; esto se ha dado en buena medida por la cantidad de inversiones que están llegando a esa parte del mundo. El mercado demanda más y distintas cantidades de producto ya que los consumidores están dispuestos a pagar por ellos.

Actualmente el mercado mundial de alimentos está abriendo fronteras a países que están en lugares lejanos para dar a conocer la gama de sus productos, México no es la excepción, y una de las metas es dar a conocer la oferta que tenemos con productos de alta calidad.

Siendo la segunda edición de Wop Dubai y la primera en que México participará en el evento, se han determinado a través de la Consejería Agroalimentaria en Europa, nichos de mercado que generaran negociaciones en productos como: miel, aguacate, garbanzo, ajonjolí, zarzamora, frambuesas, limón y cítricos en general.

Según informaron fuentes de Proexport en un comunicado, Dubai importa 4,3 millones de toneladas de frutas y hortalizas, de los que un millón son reexpedidos a otros países de Oriente Medio, mientras que, en 2007, la importación de productos frescos dubaití creció un 11 por ciento en volumen y un 40 por ciento en valor económico hasta los 10.000 millones de euros.

Los países del Golfo tienen algunos de los ingresos per/ capita y tasas de crecimiento de la población más altos del mundo. Dado que tienen sectores agrícola e industriales limitados, dependen fuertemente de la importación de alimentos. El mercado (del Golfo) se estima en US\$ 35 billones. Los canales de comercialización y distribución están muy bien establecidos, siendo Dubai uno de los principales puntos de distribución de la región.

Debido al importante número de extranjeros, se puede encontrar comida de todo tipo.

Asimismo, en los últimos años se ha producido un importante cambio en los hábitos alimenticios, desde la alimentación tradicional hacia la comida de tipo occidental. El sector del retail en los Emiratos se estima en más de US\$ 2,5 billones. Se ha desarrollado fuertemente, con un creciente número de modernos hipermercados y supermercados (solo en Dubai hay 10 hipermercados, 90 supermercados y 260 "convenient stores").

Alrededor del 85 % de los alimentos son importados. Solo el 15 % restante es producción local, fundamentalmente leche, huevos, pescados y mariscos, tomates y otras verduras, así como un número limitado de artículos para supermercados.

El Gobierno de los EUA tiene gran interés en desarrollar la industria de procesamiento alimenticio, habiendo invertido, desde 1994, alrededor de US\$ 1,4 billones para el desarrollo de un sector procesador de alimentos, que pueda abastecer tanto el mercado interno como los del área. Como resultado, hay alrededor de 150 plantas procesadoras, produciendo fundamentalmente aceites vegetales, bebidas no alcohólicas y

jugos, snacks, pastas, confitería y yogurts.

Oportunidades

Se estima que hay oportunidades en fruta fresca, seca y en conserva, hortalizas congeladas y en conserva,

carnes, confitería y snacks, granos y cereales, miel, aceites .

## **SOBRE EL EVENTO "WOP DUBAI"**

WOP DUBAI, es la plataforma ideal para satisfacer la demanda creciente de perecederos en el mundo, especialmente en dicha capital que es el mercado más importante de la región. Dubai es el punto de ingreso de frutas y vegetales en la región del Golfo. El 36% de los productos importados se exportan a los países vecinos. Esta feria está dirigida a mayoristas y minoristas, y cadenas de autoservicios, hoteleras y de servicios de alimentos.

Además de visitantes provenientes de países como: España, Egipto, Jordania, Etiopía, Kenia, Italia y Singapur, Francia, Nueva Zelanda, entre otros

El evento inició en el año 2009, el perfil que se observa en los visitantes es de compradores internacionales del mercado asiático se ha realizado por una sola ocasión. La presencia de importantes empresas de diferentes países en este mercado da la oportunidad de recibir a mercados como expositores tales como: España, Egipto, Jordania, Etiopía, Kenia, India, Francia, Turquía y Chipre.

WOP DUBAI 2009, tuvo una afluencia de 1686 visitantes de 18 países y 80 expositores de diferentes países entre ellos China, Chipre, Etiopía, España, Francia, India, Italia, Jordania, Líbano, Kenia, Marruecos, Países Bajos, Perú, Eslovenia, Sudáfrica y Turquía.

### **Objetivo**

El objetivo central de 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 "WOP DUBAI 2010", con el objeto de promover y posicionar sus productos en el mercado de orgánicos en los niveles nacional e internacional, así como diversificar compradores y centros de distribución.

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 y el cual tendrá una extensión aproximada de 500 m<sup>2</sup>, con capacidad para un mínimo de 70 y un máximo de 100 expositores que cuenten con certificado vigente.

**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.

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.

**Compradores extranjeros.**- ASERCA extenderá invitaciones a compradores extranjeros para que visiten la exposición, apoyando dichas misiones con los gastos hasta por el 80% a fin de prepararar encuentros de negocios entre los compradores visitantes y las empresas expositoras.

**Talleres de discusión.**- ASERCA ofrecerá a expositores y visitantes, un programa de talleres y mesas redondas, durante las cuales se discutirán las tendencias de la producción y comercialización de productos orgánicos en México y el mundo.

**Otros.**- Como parte del proyecto ASERCA pagará todos aquellos gastos derivados del presente proyecto como impuestos, distribución de invitaciones, publicidad, transferencias bancarias, entre otros servicios.

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. 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 "EXPORGÁNICOS 2009" y que estoy de acuerdo con lo que en él se establece.

Por ASERCA.

Nombre:

Firma:

Cargo:

Los BENEFICIARIOS.

Empresa:

Representante Legal:

Firma: