

PROYECTO DE PROMOCIÓN

PROGRAMA DE FERIAS INSTITUCIONALES Y MISIONES COMERCIALES 2010-2011

EXPORESTAURANTES 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.

La actividad exportadora es una importante fuente de divisas, tanto en productos frescos como en la parte agroindustrial. México se ha mantenido en el mundo como décimo exportador de productos agroalimentarios, según la Organización Mundial de Comercio (OMC), siendo primer lugar en la exportación de aguacates, mangos, papayas, sandías y melones; en segundo cebolla, garbanzos, pepinos, espárragos, nueces y limones; y en tercer lugar berenjenas, pimientos, tomates, espinaca, calabazas, coliflores, y fresas. (Fuente: Elaborado por ASERCA con datos de FAO Statistical Databases, respecto al volumen exportado en el año 2004).

En este sentido, la promoción al comercio y el fomento a las exportaciones del sector agroalimentario y pesquero, es una de las más recientes responsabilidades que la SAGARPA encomendó a ASERCA, luego de que hasta antes de julio de 2001, estas funciones fueran realizadas por distintas áreas de la Secretaría. Por lo anterior se propuso la formación de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, la cual se autorizó en el mes de noviembre de 2001, con la finalidad de operar lo que en un principio se llamó PROEXPORTA y que a partir de 2002 se transformaría en el Programa de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de Productos Agroalimentarios y Pesqueros Mexicanos (PROMOAGRO).

En este contexto, el propósito de ASERCA es 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 en promoción, asesoría, capacitación, certificación y acceso a instrumentos financieros, para hacerlos más competitivos; ser reconocidos como la instancia gubernamental que facilita la integración de los procesos de comercialización; 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.

La industria de restaurantes en México

En la última década, la Industria Restaurantera ha tenido un desarrollo sostenido, ya que de 2005 a 2006 se registró un crecimiento del 3.5%, lo cual ha reportado resultados favorables para los productores de frutas y hortalizas frescos.

De acuerdo a las cifras estimadas por la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos Condimentados, CANIRAC, los 243 mil establecimientos del sector a nivel nacional cerraron el 2007 con ingresos de alrededor de 154 mil millones de pesos.

Durante el 2008, hubo un crecimiento del 2.5%, ya que la industria alcanzó cerca de 158 mil millones de pesos. Esto representó el 2.2% del PIB nacional y contribuyó con el 23% del PIB turístico, generando más de 850 mil empleos directos y 2.2 millones de empleos indirectos.

La industria restaurantera mexicana estimó para el cierre de 2008, los ingresos de los 243 mil establecimientos del sector a nivel nacional, en 158 mil millones de pesos.

Para el 2009, debido a diversas afectaciones como la crisis económica, las leyes antibacano y más recientemente la pandemia de la influenza, la industria proyecta alcanzar apenas los 140 mil millones de pesos, lo que representa una reducción del 10%.

En el 2010 a pesar de la caída que mostro la industria por diversas causas, en los meses que han transcurrido del año está mostrando una recuperación lenta, pero las celebraciones del día de San Valentín y Semana Santa han ayudado. El inicio del Mundial de futbol se cree que ayudara mucho a esta industria ya que es muy propicia para este tipo de eventos, esto ayudara a que se siga recuperando con espera de una estabilización y crecimiento de la economía mexicana.

Cabe mencionar que la industria restaurantera participa con el 2.2% del PIB nacional y contribuye con el 23% del PIB turístico, dando empleo directo a más de 850 mil personas y apoyando 2.2 millones de empleos indirectos, se constituye además, como uno de los últimos eslabones en la cadena productiva industrial y comercial, demandante de insumos de muchos otros sectores productivos, impactando en 63 de 80 ramas productivas.

Entre los temas más importantes que afectan a la industria está el de las leyes locales y federales para la reducción de consumo de tabaco que entran en vigor a partir del año 2008, y que afecta al 98% de los restaurantes a nivel nacional pues sus locales, no mayores de 150 metros cuadrados, hacen imposible levantar muros para dividir las áreas, además de que la gran mayoría de ellos carece de capital propio para hacer las adecuaciones exigidas. El planteamiento de los industriales

restauranteros es la autorregulación, dejando a la elección de los restaurantes el elegir ser establecimientos donde se permita fumar o no.

Entre los consumidores que conforman al sector restaurantero se encuentran: restaurantes de tipo familiar, salones de fiestas, cadenas, *fast food*, de comida para llevar, pero también oficinas, clubes deportivos, espectáculos, banqueteros, instituciones de salud, fábricas enseñanza, concesionarios, gourmets, dependencias gubernamentales, hoteles de gran turismo, 5 y 4 estrellas y menos; entre otros. Este sector demanda todo tipo de productos agroalimentarios en sus diferentes variedades: frescos, congelados, secos, semi-procesados, procesados, los cuales son utilizados como insumos para que expertos en la preparación de alimentos los ofrezcan al consumidor final.

En México existe una amplia oferta de restaurantes, que se tienen que adecuar a la demanda del mercado, específicamente a los gustos y presupuestos de los consumidores; lo que conlleva que los restauranteros enfrentan también desafíos permanentes como los establecimientos informales, cambios drásticos en los hábitos de consumo y la necesidad de productos que ofrezcan la más alta calidad y garantías de inocuidad para satisfacer el gusto de los paladares más exigentes.

De acuerdo a los indicadores con los que cuenta la CANIRAC, se pueden arrojar algunas cifras como:

- Valor de Mercado - \$ 158,000 millones
- Número de establecimientos - 243,000 establecimientos formales, de los cuales el 96% son PYMES, de los cuales 96% son PYMES
- Participación en el PIB Nacional - 2%
- Participación en el PIB Turístico - 23%
- Número de Empleos Directos - 837 mil (de los cuales 55% son Mujeres y 45% Hombres)
- Empleos indirectos - 2.2 millones.

Fuentes:

Sitio de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y de Alimentos Condimentados.
<http://www.canirac.org.mx/portal/132993115/cifras/>

Sitio de "Exporestaurantes 2008" <http://www.exporestaurantes.com.mx>

<http://www.informador.com.mx/jalisco/2010/186198/6/el-mundial-de-futbol-oportunidad-de-reactivacion-restaurantera.htm>

Sitio de la Cámara Nacional de la Industria Restaurantera y de Alimentos Condimentados
<http://www.caniracnacional.com.mx>

Sobre la exposición.

Exporestaurantes se ha consolidado como el evento oficial más importante de la Cámara Nacional de la Industria de Restaurantes y Alimentos condimentados, CANIRAC, ya que es la única exposición dedicada 100% al sector restaurantero y el único centro de negocios para proveedores y restaurantes a la vanguardia.

Esta será su décima edición, en la que se presentará lo mejor de sus proveedores, además de que se esperan casi 16,000 mil visitantes, más de 350 expositores y casi un centenar de países invitados. La edición de éste año tendrá lugar los días 30 de junio, 1 y 2 de julio en el World Trade Center de la Ciudad de México.

La participación de diferentes proveedores dedicados al sector restaurantero hace de éste evento un espacio ideal para encontrar una amplia gama de opciones en materia prima, alimentos frescos, congelados, vinos y licores, bebidas no alcohólicas, mobiliario, ambientación y equipos, entre muchos otros servicios y productos. Además, esta exposición está acompañada de conferencias, concursos,

talleres y otras actividades. Destaca que de forma paralela tiene lugar la exposición "PESCAMAR", especializada en pescados y mariscos.

El perfil que se observa en los visitantes de Exporestaurantes es de compradores nacionales e internacionales, propietarios de restaurantes independientes. Además de visitantes provenientes de países como: Estados Unidos, Canadá, España, Guatemala, Irlanda, Italia y Singapur, Brasil, Francia, Nueva Zelanda, entre otros.

Exporestaurantes ofrece una oportunidad única de negocios para comprar, vender, concursar, aprender y relacionarse con proveedores y profesionales de la gastronomía nacional e internacional.

Participación de ASERCA/SAGARPA en 2009.

En la edición 2009, Expo Restaurantes se llevó a cabo los días 2, 3 y 4 de julio, en su tradicional sede, el World Trade Center de la Ciudad de México.

El Pabellón Mexbest, contó con un espacio de 612 m², y estuvo conformado por 72 expositores.

Los productos que se ofrecieron fueron: Conservas, confitería, chiles, chocolates; chíca; tomate bola; vainilla y chalote orgánicos; dulces de dátil y otros frutos, crema de cocada, alfajor de coco; carne y productos de avestruz; carne de puerco y de res; mole en pasta y chile seco; vainilla en vaina y extracto de vainilla orgánica; aderezos gourmet; cereal de amaranto; concentrado de horchata y jamaica; salsas; aderezos y conservas; chilapitas y totopos con ajonjolí; totillas, tlacoyos; guayaba y zarzamora orgánica; productos derivados de pollo; barbacoa empacada al alto vacío, queso, aceite de oliva; miel; carne seca; machaca; miel de maguey; mermeladas orgánicas, chiltepíns al natural, entre otros. En cuanto a bebidas se ofreció: tequila, mezcal, licores de frutas y rompope.

Las empresas estimaron como resultado de su participación, ventas inmediatas por USD \$1,326,000.00; ventas a corto plazo (es decir, 6 meses) USD \$4,913,539.00; y ventas estimadas a mediano plazo (más de 6 meses) de USD \$5,274,500.00.

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 sector restaurantero mexicano, a través de su participación en una exhibición del Pabellón MexBest.

Para ello, la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones promoverá la participación de productores y empresas comercializadoras de productos frescos y procesados en el evento "Expo Restaurantes 2010", considerando como mínimo la participación de 75 empresas y 80 como máximo.

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 y el cual tendrá una extensión aproximada de 612 m², con capacidad para un mínimo de 75 y un máximo de 80 expositores.

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 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, el Pabellón contará con una cocina o barra para la preparación de la degustación de los productos a exhibirse y un área de degustación.

El pabellón 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 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.

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 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. Cumplir con la agenda de actividades del evento y llevar producto para la exhibición, así como para el catálogo promocional de diferenciación de mieles si le aplica.
5. Completar el formato de evaluación del proyecto con datos fidedignos.
6. Enviar invariablemente durante la primera semana posterior al evento, copia de los comprobantes que amparen su aportación como beneficiario, por concepto de pasajes y viáticos en que incurra para participar en el evento.
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 "Expo Restaurantes 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 "Expo Restaurantes 2010" y que estoy de acuerdo con lo que en él se establece.

Por ASERCA.

Nombre:

Firma:

Cargo:

Los BENEFICIARIOS.

Empresa:

Representante Legal:

Firma: