

PROYECTO DE PROMOCIÓN
PROGRAMA DE EVENTOS Y EXPOSICIONES
2010 - 2011
FRUIT LOGISTICA 2011

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.

Las frutas y hortalizas en la Unión Europea.

En 2007, el consumo de frutas frescas en la Unión Europea fue de 46 millones de toneladas, mientras que el consumo de vegetales frescos fue de 59 millones de toneladas. El consumo de los mismos se caracteriza por contar con una enorme variedad de productos provenientes de todo el mundo. Las frutas y vegetales se

encuentran disponibles durante todo el año, gracias a la producción local, los canales de logística y el incremento en las importaciones.

Existen diferencias notables en los patrones de consumo de dichos productos a lo largo de la Unión Europea. España e Italia tienen el mercado más grande, sumando un 35% del total del mercado en la Unión Europea en el 2007. Estos países son también los mayores productores de frescos. Alemania, Francia, el Reino Unido y Polonia tienen también muy altos niveles de consumo de frutas y verduras, pero dependen en gran medida de las importaciones de los mismos.

En general, se espera que el consumo de frutas y vegetales se incremente en el mediano plazo, debido al crecimiento en el mercado de los miembros más recientes de la Unión. Este crecimiento se dará en valor más que en el volumen. Las principales tendencias de consumo en el largo plazo son la búsqueda de salud, conveniencia y placer, los cuales también afectarán a los productos frescos. Adicional a ello y en consecuencia de la crisis económica, se busca un mayor valor por el dinero.

Asimismo, el consumo de frutas tropicales como lo son el mango y la piña se encuentra creciendo rápidamente, teniendo como excepción al plátano puesto que éste es un mercado maduro. La demanda de los productos tropicales se ve incrementada por el aumento en el conocimiento de los mismos, así como la mayor disponibilidad de ellos.

En España en particular, el consumo de frescos sumó 15 millones de toneladas en el 2007. Para el caso de frutas, España consumió 7 millones de toneladas en el mismo año, con un promedio de 152 kg. per cápita, lo cual excede en gran medida al promedio en la UE de 94kg. En el caso de los vegetales, éstos sumaron un consumo de 8 millones de toneladas con un promedio de 178 kg. por persona, también mucho mayor que el consumo de 120 kg por persona promedio en la UE.

Los principales productos frescos exportados a la Unión Europea son aguacate, zarzamoras, frambuesas, moras, limón sin semilla

*Elaborado por ASERCA con información de la Consejería Agropecuaria para Europa.

Sobre Fruit Logística

Fruit Logística es el evento internacional líder para el mercado de productos frescos en Europa, ya que más de 2000 compañías representativas de toda la cadena de valor de los productos frescos se dan cita en éste escenario, contando con representantes que van desde las cadenas globales más grandes hasta los productores más pequeños provenientes de todo el mundo. En este espacio se presentan 1,864 expositores internacionales, representando a 68 países y contando con una afluencia de 50,430 visitantes.

Por lo anterior, a través de los años se ha posicionado e incrementado su importancia para el sector hortofrutícola tanto de Europa, como de otros continentes.

Este evento cuenta con 72,025 metros totales de piso de exhibición y 41,790 netos de exposición, siendo el mayor entre todos los eventos de productos frescos a nivel mundial.

La exhibición proporciona a empresas relacionadas con la comercialización de frutas frescas, la oportunidad de ofrecer sus servicios, desde el cultivo hasta la venta. En particular, Fruit Logística se define como un foro en donde países en desarrollo tienen una plataforma ideal para promover "productos exóticos", además de que los nuevos miembros de la Unión Europea del Centro y Este de Europa pueden presentar su mercancía al público internacional.

En la exposición se ofrecen frutas y hortalizas frescas, frutas secas, nueces, especias, productos biológicos, flores y plantas, así como servicios y técnicas relacionados con el embalaje, almacenamiento, envío y logística de transportación, conservación de los alimentos, formas de exhibición de los productos y marketing.

Los visitantes a su vez, son agricultores, importadores y exportadores de productos frescos, mayoristas y minoristas, compañías empacadoras y de transporte, asociaciones e instituciones varias.

Fruit Logística se ha distinguido por contar con visitantes especializados en el sector.

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 "**FRUIT LOGISTICA 2011**", con el objeto de promover y posicionar sus productos en el mercado español, europeo e internacional, así como diversificar compradores y centros de distribución.

Participación de México en el 2011

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 para apoyar un máximo de 8 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, 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 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.

Como áreas comunes, el Pabellón podrá contar o no con una cocina para la preparación de la degustación de los productos a exhibirse y un área de degustación. 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 envío 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 centro de exposición en Madrid.

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 "**FRUIT LOGISTICA 2011**" y que estoy de acuerdo con lo que en él se establece.

Por ASERCA.

Nombre:

Firma:

Cargo:

Los BENEFICIARIOS.

Empresa:

Representante Legal:

Firma: