

## **PROYECTO DE PROMOCIÓN**

### **PROGRAMA DE EVENTOS Y EXPOSICIONES** **2008-2009 (2)**

#### **All Things Organic (ATO)**

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, mediante Acuerdo por el cual se establecen las Reglas de Operación de la SAGARPA, publicado el 31 de diciembre de 2007, se incluyeron 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.

Asimismo, y de acuerdo con lo establecido en el Reglamento Interior de la SAGARPA y el Manual de Operación de ASERCA, el Comité Técnico Nacional en sesión del 14 de abril de 2008, acordó llevar a cabo el otorgamiento de los apoyos del componente Desarrollo de Mercados, a través de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de ASERCA.

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 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 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.

Es importante mencionar que el comercio agroalimentario de México presentó una tasa media anual de crecimiento del 9.9% de 2001 a 2005 en comparación al sexenio anterior cuando las exportaciones del sector crecieron a una tasa anual media del 5.2%. El crecimiento del sexenio pasado concuerda con el inicio 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 aumentó y diversificó el número de participaciones en exhibiciones tanto de nuevas empresas y productos como de nichos de mercado. Del 2005 al 2006 alcanzó un crecimiento del 20% en las exportaciones agroalimentarias y pesqueras mexicanas con el mundo, pasando de 10,631 millones de dólares en 2005 a 12,749 millones de dólares en 2006. (Cifras elaboradas por ASERCA con base en datos del Banco de México hasta noviembre de 2006)

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, foros 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 la exposición**

All Things Organic es el único evento exclusivamente dedicado a la industria de productos orgánicos, por lo que cuenta con un perfil de asistentes muy especializado, además de que tiene el mayor número de compañías del sector orgánico en exhibición que cualquier otro evento en América del Norte.

La edición de éste año, se llevará a cabo del 27 al 29 de abril en el McCormick Place en Chicago y se esperan a más de 12,000 asistentes, visitando a las más de 600 empresas expositoras. A este evento asisten: representantes de supermercados, mayoristas, tiendas especializadas, tiendas naturistas, procesadores, fábricas de alimentos, personal del sector hotelero, restaurantero y de banquetes, distribuidores, entre otros.

De acuerdo a los resultados en años anteriores, se reporta que el 91% de los visitantes encuentran nuevos productos en ALL THINGS ORGANIC; cerca del 77% planean comprar productos como resultado de su visita y, 53% no consideran necesario asistir a otras exposiciones relacionadas al sector.

## **Dinámica del consumo de productos orgánicos en el mercado estadounidense.**

En el caso de los EE. UU. el interés de los consumidores en los productos orgánicos es cada vez mayor y por ende los sistemas de comercialización han ido evolucionando, esto se ha reflejado en la superficie que se destina a la producción de bienes con éstas características para poder satisfacer la demanda del mercado.

El crecimiento continuo de la economía de EE. UU. ha contribuido al incremento de la industria de productos naturales y orgánicos, la cual ha registrado un crecimiento de más del 1,373% en valor en los últimos 25 años, al pasar de 1.9 miles de millones de dólares en 1980 a 28 mil millones de dólares en el 2005 (de los cuales 15 mil son productos orgánicos). De acuerdo con los especialistas, se espera que este mercado de orgánicos y productos naturales ascienda a 46 mil millones de dólares en el 2010.

Por su parte, se estima que el consumo *per capita* de productos orgánicos en EE. UU. asciende regularmente a 65 dólares anuales y que tres cuartas partes de la población de ese país consumen productos orgánicos ocasionalmente.

De acuerdo con la Asociación de Comercio Orgánico, se espera que la demanda por los productos orgánicos continúe a la alza conforme se incrementa la percepción del consumidor hacia productos sanos y al medio ambiente.

Asimismo, el enfoque hacia las dietas bajas en carbohidratos ha incrementado la demanda de carnes y pescados orgánicos, así como de frutas y vegetales, en especial aquellos "listos para comer". Lo cual es especialmente visible en las tiendas especializadas en productos naturales como se muestra a continuación.

Algunas de las razones por las que los compradores consumen este tipo de productos: Evitar pesticidas (70.3%), Frescura (68.3%), Salud y nutrición (67.1%), Evitar alimentos genéticamente modificados (55%), Convenientes para la salud (52.8%) y, Ambiente (52.4%).

Otro factor importante en el crecimiento de la demanda de productos orgánicos es la preocupación por la inocuidad alimentaria y el comercio justo "fair trade".

Por otra parte, líderes en la industria de alimentos en EE.UU. han demostrado interés en participar en el creciente mercado de productos orgánicos y naturales en EE. UU. Asimismo, se ha incrementado la promoción y mercadotecnia de los productos orgánicos, misma que se espera continúe incrementado conforme entran nuevos competidores al mercado.

Existen cerca de 11,500 establecimientos especializados en la venta al detalle de productos orgánicos y naturales.

Entre los alimentos orgánicos que más se demandan en los EE. UU. y que han mostrado un dinamismo mayor se encuentran las frutas y hortalizas frescas, las cuales han logrado un 5 por ciento de penetración en el total del mercado de frescos.

Las frutas y hortalizas abarcan el 41 por ciento de las ventas de productos orgánicos en los EE. UU. Entre las que más se venden se encuentran en orden decreciente los tomates, lechugas, manzanas, brócoli, uvas, plátano, papa, cebolla, apio, zanahorias, espinacas y fresas.

Respecto a otros productos, el café y cacao orgánicos se han visto beneficiados del movimiento de fair trade al registrar un crecimiento de 64% y un valor de 29 millones de dólares. Con respecto al café orgánico se tiene conocimiento que productores principalmente de estado de Chiapas están exportando su producto a los EE. UU y Europa como orgánico.

Mientras que el crecimiento en el mercado de EE. UU. ha sido considerable, se estima que la escasez en la oferta ha ocasionado que no se alcance su potencial. La falta de producto es una oportunidad importante para los abastecedores internacionales como México, el cual se posiciona como el principal abastecedor internacional de productos orgánicos en el mercado de EE. UU.

**Fuente:**

Reporte de la Consejería Agropecuaria de México en EE.UU. con datos de:

<http://ecfr.gpoaccess.gov/cgi/t/text/text->

[idx?c=ecfr&sid=f38423f50d22ce429dfe05740b1e05cf&rgn=div5&view=text&node=7:3.1.1.9.31&idno=7](http://ecfr.gpoaccess.gov/cgi/t/text/text-idx?c=ecfr&sid=f38423f50d22ce429dfe05740b1e05cf&rgn=div5&view=text&node=7:3.1.1.9.31&idno=7)

### **Participación de ASERCA/SAGARPA en 2007.**

En su edición del 2007, All Things Organic tuvo lugar con los eventos "Food Marketing Institute's, el "Nacional Association for the Specialty Food Trade's (NASFT) Fancy Food Show", "NASDA's US Food Export Showcase" y el "United Fresh Marketplace", por lo cual los exhibidores de All Things Organic tuvieron acceso a más de 33,000 compradores que asistieron al conjunto de eventos, provenientes de supermercados y mayoristas, tiendas especializadas, tiendas naturistas, procesadores, fábricas de alimentos, personal del sector hotelero, restaurantero y de banquetes, distribuidores, entre otros.

El espacio de exhibición fue de 58 m2, contando con la participación de 10 empresas expositoras, quienes conformaban el Pabellón de MEXBEST.

Las ventas reportadas por las empresas expositoras como resultado de su participación fueron: ventas inmediatas USD\$760,000; ventas corto plazo (6 meses); USD\$2,357,000, y ventas estimadas a mediano plazo (1 año) USD\$4,240,000.

Los productos orgánicos que se exhibieron dentro del Pabellón de MEXBEST fueron: miel de agave, mango, café, queso, carne, yogurt, mermeladas, aguacate, champiñón, mole y chocolate.

### **Participación de ASERCA/SAGARPA en 2008.**

ASERCA/SAGARPA a través de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, otorgará nuevamente apoyo para la participación de productores mexicanos de productos orgánicos, con el propósito de que interactúen con los productores, distribuidores y compradores de EE.UU. Este año, se tiene considerado un espacio de exhibición de 100m<sup>2</sup>, teniendo como margen mínimo satisfactorio de participación 8 empresas y como máximo 12.

### **Objetivo.**

El objetivo central del presente proyecto es unir los esfuerzos de productores de productos orgánicos que participan en ALL THINGS ORGANIC 2008 y 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 provenientes de EE.UU, a través de la exhibición de sus productos en este tipo de eventos especializados.

Para ello, la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, promoverá la participación de los integrantes del sector orgánico de México, en ALL THINGS ORGANIC 2008, a fin de que tomen parte en las diferentes actividades de dicho evento dentro del pabellón MexBest

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 100 m<sup>2</sup>, con capacidad para un mínimo de 8 y un máximo de 12 expositores.

**Pabellón MexBest.-** 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 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 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 al Centro de Exhibiciones y Convenciones de la ciudad de Chicago, Illinois.

**Degustación.-** ASERCA contratará los servicios necesarios para la degustación de los productos en exhibición dentro del Pabellón de México.

**Traducción.-** ASERCA contratará los servicios de personal capacitado para traducir de español a inglés durante el evento; cada beneficiario podrá recurrir a los servicios de dicho personal siempre que lo considere necesario dentro del horario de exhibición. Los traductores no podrán ofrecerle servicios de tiempo completo, es solo personal de apoyo durante el horario de exhibición, de acuerdo con las políticas de austeridad y racionalidad del gasto.

**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 "Desarrollo de Mercados" y para la promoción comercial.
4. Cumplir con la agenda de actividades del evento y contar con producto para la exhibición.
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 los gastos 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 la exposición ALL THINGS ORGANIC 2008.
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 "ALL THINGS ORGANIC 2008" y que estoy de acuerdo con lo que en él se establece, así como en cumplir con los compromisos arriba señalados.

Por ASERCA.

Nombre:

Firma:

Cargo:

Los BENEFICIARIOS.

Empresa:

Representante Legal:

Firma:

Empresa:

Representante Legal:

Firma:

Empresa:

Representante Legal:

Firma:

Empresa:

Representante Legal:

Firma:

Empresa:  
Representante Legal:

Firma:

Empresa:  
Representante Legal:

Firma:

Empresa:  
Representante Legal:

Firma:

Empresa:  
Representante Legal:

Firma:

Empresa:  
Representante Legal:

Firma:

Empresa:  
Representante Legal:

Firma:

Empresa:  
Representante Legal:

Firma:

-----  
-----  
-----