

PROYECTO DE PROMOCIÓN

PROGRAMA DE FERIAS INSTITUCIONALES Y MISIONES COMERCIALES 2008-2009 (6)

CPMA 2008

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 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.

El mercado de productos frescos en Canadá.

En países desarrollados, como los Estados Unidos y Canadá, el consumo de frutas y hortalizas aumenta gracias a la prosperidad de sus economías. Los consumidores tienen mayor poder de compra y mayor libertad de elección, por lo que son exigentes y demandan productos varios, a los que actualmente pueden acceder gracias a los acuerdos y tratados comerciales y mejoras en los sistemas productivos, de empacamiento, transportación y preservación de productos frescos.

Los consumidores canadienses son muy exigentes en cuanto a la calidad de las frutas y verduras que compran, particularmente en términos de su apariencia, y no están dispuestos a comprar productos con defectos aunque su precio se haya reducido considerablemente y se han acostumbrado a encontrar en sus mercados una gran variedad de productos de alta calidad, casi todos importados pues las condiciones climáticas del país limitan la disponibilidad y la diversidad de frutas y verduras de origen nacional.

La principal época de producción de frutas y verduras en Canadá se da entre julio y octubre, período durante el cual los productores domésticos abastecen entre un 65% y un 75% del mercado interno. Las frutas y verduras de mayor importancia son la manzana, los arándanos azules, las fresas, las uvas, los champiñones y las verduras de invernadero. Las importaciones de frutas y verduras de Canadá corresponden al 65% del consumo interno.

El mercado canadiense representa una oportunidad para aquellos países que buscan desarrollar sus exportaciones de frutas frescas y vegetales, como es el caso de México. Desde la década pasada se ha presentado un incremento tanto en la variedad como en las ventas de frutas exóticas y vegetales en este mercado y al mismo tiempo el número de países proveedores ha aumentado de manera considerable. La ventaja competitiva de México sobre los demás países se basa en su cercanía geográfica, la calidad de sus productos y el Tratado de Libre Comercio de Norteamérica. La demanda de alimentos frescos se ha incrementado de manera notable en años recientes en el oeste de Canadá y la tendencia en el consumo de frescos apunta hacia los denominados orgánicos.

Fuente: www.statcan.ca

Sobre CPMA 2008

La Asociación de Comercialización de Productos Canadienses, *Canadian Produce Marketing Association*, CPMA ofrece a sus miembros la oportunidad de establecer redes de negocio con más de 3000 líderes de la industria de los productos frescos a través de su evento más importante: la Convención Anual y Exposición de CPMA, *CPMA's Annual Convention and Trade Show*.

Este evento es además el de mayor importancia del sector en Canadá, al cual asisten alrededor de 4100 participantes, representando 24 países, se instalan más de 325 pabellones y acuden aproximadamente 29,000 visitantes. En este foro, los productores y proveedores de servicios, tendrán la oportunidad de tener contacto directo con colegas, socios potenciales y compradores de Canadá y otros países, para vender sus productos.

Los asociados de CPMA son productores, empacadores, importadores, exportadores, transportistas, brokers, minoristas y mayoristas, proveedores de servicios de alimentos, por mencionar algunos, pues están cubiertos todos los segmentos de la industria de productos frescos.

Entre los asistentes a la exposición se encuentran autoridades canadienses y de otros países, asociaciones y cámaras de comercio varias, chefs y de cada tres visitantes, uno representa a alguna de las más grandes compañías que participan en la cadena de abastecimiento de frutas y hortalizas (minoristas y mayoristas) y del sector de servicios alimentarios.

La participación de los miembros de CPMA en la distribución de productos canadienses y productos importados, alcanza el 90% de los productos frescos que se venden en Canadá; un mercado con un valor estimado de 8 billones de dólares CDN.

Fuente: www.cpma.ca

PARTICIPACIÓN EN CPMA 2007

En 2007, se llevó a cabo la CPMA en la ciudad de Montreal, Québec, Canadá los días 10 y 11 de mayo, se contó con la presencia de 15 empresas exhibiendo productos como tomate, cebollín, mango, limón persa y mexicano, piña, salsa en polvo, ciruela, tuna, papaya maradol, coco y plátano macho.

Las ventas inmediatas reportadas por las empresas ascienden a 2,200,000 dólares; por otro lado, esperaron tener ventas en el corto y mediano plazos por un monto aproximado de 27,980,000 dólares.

Participación de ASERCA/SAGARPA en 2008.

Esta será la séptima ocasión en que ASERCA/SAGARPA a través de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, otorgue apoyos para la participación de productores de frutas y hortalizas frescas.

Objetivo.

El objetivo central 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 CPMA 2008, con el objeto de promover y posicionar sus productos en el mercado canadiense, así como diversificar socios comerciales.

Para la edición 2008, 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 el cual se tiene considerado un espacio de exhibición cercano a los 240 m², teniendo como margen mínimo satisfactorio de participación 15 empresas y como máximo 18.

Como parte del presente proyecto y encaminados al cumplimiento del objetivo, los beneficiarios que se integran a él, por interés y voluntad propia, 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 siguiente:

Espacio de exposición.- ASERCA contratará con el Comité Organizador del evento 240 m² 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 contará 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 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 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.

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 hasta el Centro de Convenciones en Calgary, Alberta, Canadá.

Degustación.- ASERCA contratará los servicios necesarios para la degustación de los productos en exhibición dentro del Pabellón de México y para la cena de negocios y degustación que se ofrecerá a compradores, importadores y representantes del gobierno mexicano y canadiense.

Traducción.- ASERCA contratará los servicios de personal capacitado para traducir de español a inglés y francés 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 apoyarle de tiempo completo, es solo personal de apoyo, en apego a las normas 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.

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 feria, eventos, exposiciones y/o misiones comerciales organizados por ASERCA, como son cancelación sin previo aviso, cancelación sin causa justificada o incumplimiento de los acuerdos establecidos; así como que no cuenta con referencias negativas como beneficiario de apoyos de cualquiera de los programas de la SAGARPA.
3. Enviar en tiempo y forma los documentos requeridos de conformidad a los requisitos y criterios de elegibilidad de la Reglas de Operación vigentes.
4. Cumplir con la agenda de actividades del evento teniendo al menos un responsable de dar información en el stand de exhibición y con capacidad de negociación; así como 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 beneficiarios, por concepto de los gastos en que incurran para participar en el Congreso.
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 evento en cuestión y 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.
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.

Por este medio, manifiesto que por interés y voluntad propia, a nombre de la empresa que represento estoy de acuerdo en formar parte del proyecto "CPMA 2008" y que estoy de acuerdo con lo que en él se establece, así como cumplir con los compromisos adquiridos.

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:

Empresa:

Representante Legal:

Firma:

Empresa:

Representante Legal:

Firma:

Empresa:

Representante Legal:

Firma:

Empresa: