

## **PROYECTO DE PROMOCIÓN**

### **PROGRAMA DE FERIAS INSTITUCIONALES Y MISIONES COMERCIALES** **2008-2009 (27)**

#### **EXPORGANICOS 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.

## **La producción orgánica**

El interés a nivel mundial por el consumo de productos orgánicos se ha derivado en gran medida por la concientización de la humanidad para la conservación del medio ambiente en su conjunto, desde la preservación de los suelos, la no contaminación de los recursos/mantos acuíferos, hasta el mejoramiento en la calidad del aire.

Debido al valor que representa el esfuerzo de producción con cuidado ambiental, los precios al detalle son más altos que los obtenidos de los productos tradicionales, y cabe señalar, que los consumidores están dispuestos a cubrir los costos adicionales, además de que la oferta aún no alcanza la demanda, por lo cual, los precios van desde un 20% hasta una 200% arriba dependiendo del producto.

Actualmente, el mercado global de alimentos orgánicos rebasa los 30 mil millones de dólares, resultando ser el mercado europeo el más importante con ventas anuales que superan los 12 mil millones de dólares. Paradójicamente, en México solo se consume el 15% de la producción de orgánicos, mientras que el 85% es exportado. Respecto a los estados que se dedican a esta actividad, Chiapas ocupa el primer lugar abarcando el 24% de la producción nacional y también sobresalen Oaxaca, Querétaro, Guerrero, Tabasco, Sinaloa, Michoacán y Jalisco.

Los principales productos orgánicos con los que México cuenta son: café, miel, cacao, aguacate, mango, piña, plátano, naranja, ajonjolí, maíz, nopal, vainilla, leche y sus derivados, huevo, plantas medicinales, y se empiezan a identificar algunos productos procesados como carnes y embutidos, jugos, galletas y mermeladas entre otros. Dentro de estos productos, los que se exportan son: café, ajonjolí, jamaica, nopal, miel de abeja y fructuosa de agave, y su destino es principalmente los países de la UE y Estados Unidos.

De acuerdo a datos de la Procuraduría Federal del Consumidor, los productos orgánicos que tienen mayor demanda en México son: conservas de frutas, así como frutas y verduras frescas, lácteos, chocolate, trigo, té, jamaica, arroz, amaranto, café, carne y jugo de manzana, entre otros.

*Fuentes: <http://www.infoaserca.gob.mx/claridades/revistas/132/ca132.pdf>  
<http://www.alfa-editores.com/alimentaria/Sep-Oct%2006/Organicos.pdf?phpMyAdmin=aIj69rg0MYWn18mTYfYRyPHZ2T4>  
[http://www.teorema.com.mx/articulos.php?id\\_sec=47&id\\_art=3958](http://www.teorema.com.mx/articulos.php?id_sec=47&id_art=3958)*

## **EXPORGANICOS 2007**

El evento inició en el año 2002, se ha realizado por 6 ocasiones anuales consecutivas en diferentes estados, como son Puebla, Jalisco, Chiapas y Distrito Federal. La presencia de empresas era abierta, es decir que se presentaban empresas con productos naturales, naturistas, en transición y orgánicos; sin embargo estos últimos en su mayoría no contaban con un certificado internacional respaldando su producción.

La 6ª edición EXPORGANICOS se llevó a cabo los días 26 y 27 de septiembre de 2007, en la ciudad de México. Se contó con una superficie de exhibición de 2,000 m<sup>2</sup> donde se instalaron 80 stands para recibir a 160 expositores de 16 entidades federativas. Se presentaron un total de 300 productos orgánicos, entre los que se encuentran frutas y hortalizas frescas, mermeladas, lácteos, entre otros y se tuvo

una afluencia de 4,700 visitantes, entre técnicos, profesionistas, y público en general.

Dentro de los expositores, se contó con organismos de certificación como OCIA, CERTIMEX, CERES, IMO CONTROL, entre otros. Paralelamente al evento, se montó un pabellón con productos orgánicos provenientes de más de 15 países.

### **EXPORGANICOS 2008**

Debido a la gran cantidad de empresas que existen en el mercado manejándose como "orgánicos", en esta edición se apoyarán empresas que cuenten con la certificación vigente de "orgánico"; entre los objetivos de esta exposición se encuentran:

1. Dar a conocer la oferta de productos orgánicos certificados existente en México.
2. Generar contactos con clientes potenciales de diferentes cadenas de autoservicio y supermercados.
3. Desarrollar mesas de negocios con compradores potenciales provenientes de Estados Unidos, Japón y Europa.
4. Estrechar relaciones entre las diversas instituciones de la cadena de producción, comercialización y consumo de la producción orgánica en México.
5. Dar a conocer los apoyos con los que cuentan diversos organismos como ASERCA, Subsecretaria de Desarrollo Rural y FIRCO, entre otras para el fortalecimiento de los productos orgánicos.
6. Dar a conocer los diversos organismos de certificación en México con empresas que deseen iniciar con este tipo de producción.

En este marco, se desarrollará un foro que llevará por nombre "Retos y Oportunidades para los productos orgánicos", abarcando temas como: la certificación de productos orgánicos en México, el marco jurídico del sector, el potencial de los productos orgánicos en Europa, Asia y Norteamérica, entre otros aspectos.

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

#### **Objetivo.**

El objetivo central del presente proyecto es unir los esfuerzos de productores y empresas agroalimentarias de productos orgánicos que participan en el evento EXPORGANICOS 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 de la industria de orgánicos en México, a través de la promoción de sus productos en una exhibición especializada.

Para ello, la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, promoverá la participación de productores y empresas de productos orgánicos con certificados vigentes, en el evento EXPORGANICOS 2008; a fin de que tomen parte en las diferentes actividades de dicho evento.

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 90 y un máximo de 100 expositores que cuenten con certificado vigente.

**Construcción.**- ASERCA contratará los servicios para el diseño, construcción, montaje y desmontaje de la exhibición la 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, la exhibición contará con una cocina o barra para la preparación de la degustación de los productos a exhibirse y un área de degustación.

El módulo 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 de la exposición y se evaluará su acomodo en las áreas comunes, si esto último no fuera posible, se retirarán.

**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.

**Degustación.**- ASERCA contratará los servicios necesarios para la degustación de los productos en exhibición dentro de la exhibición; así como los servicios necesarios para la degustación de los productos durante la exhibición.

**Otros.**- Como parte del proyecto, ASERCA pagará todos aquellos gastos derivados del presente proyecto como impuestos, distribución de invitaciones, publicidad, 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. 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. 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.
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 "EXPORGANICOS 2008" y que estoy de acuerdo con lo que en él se establece.

Por ASERCA.

Nombre:

Firma:

Cargo:

Los BENEFICIARIOS.

Empresa:

Representante Legal:

Firma: