

PROYECTO DE PROMOCIÓN

PROGRAMA DE FERIAS INSTITUCIONALES Y MISIONES COMERCIALES 2008-2009 (7)

SEOUL FOOD & HOTEL 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 cárnicos en Corea

Actualmente Corea se ha convertido en un país importador neto de alimentos y gracias a un alto PIB per cápita promedio de \$26,465.32 USD, el consumo de

productos, frescos, procesados, orgánicos, carne de res y cerdo del extranjero ha ido en aumento.

La oportunidad de introducir cárnicos a Corea es importante, ya que solo tres países están autorizados para introducir este tipo de alimentos: Australia, Nueva Zelanda y México, logrando oportunidades grandes para productores mexicanos de cárnicos porque su carne esta libre de enfermedades que afectan a ganaderos de otros países. En México se tienen la certificación TIF (Tipo Inspección Federal) y la autorización necesaria reconocida por The South Korea National Veterinary Research & Quarantine Service (NVRQS), para la cual, el sacrificio, proceso y frigorífico son los factores a evaluar. Asimismo nuestra alta calidad de cortes finos para la exportación como los son Chuck Roll, Skirt, Rib, EyeRoll, Tendons, Shank, Outside Skirt, Tenderloin, Brisket, Knuckle, Eye Round, Inside Round, Short Rib, Top Sirloin, Striploin, Finger Meat, Hump, hueso y costilla de puerco y muchos otros, nos han ayudado a atraer inversionistas coreanos dedicados a procesar carne a nuestro país.

En el mercado coreano el consumo de carne de cerdo es mas frecuente debido a que es parte de sus hábitos alimenticios y su precio es más accesible, en comparación con la carne de res. El promedio de consumo de res por persona es de 8 Kg. por año, mientras que para puerco es 17.4 Kg. por persona al año, según estimaciones en 2007. Cabe mencionar que entre mas rápido se introduzca la carne a Corea los precios de dicho producto serán mas accesibles y ocasionará un incremento del consumo de la población.

En 2007, las exportaciones de México a Japón y Corea, fueron de \$ 52.7 millones en el caso de carne de res; en cuanto a carne de cerdo el monto fue de \$236.8 millones, lo cual refleja un crecimiento de 19.2% y 22% respectivamente el comparación con el año anterior. Así mismo a finales del 2007 México logró colocarse como uno de los mayores proveedores de carne, no solo en Corea sino en Asia en general.

Fuente:

1. CNN Expansion.com, Negocios, 13 de Mayo del 2007, "Carne sin estrés va de México a Corea"., <http://www.cnnexpansion.com/negocios/2007/5/13/carne-sin-estres-va-de-mexico-a-corea/view>
2. Bacomext, Presentación Jose Antonio Peral, Julio del 2007, "Oportunidades de Exportación de Cárnicos a Corea"., [http://www.bacomext.com/Bacomext/aplicaciones/directivos/documentos/SemCarnicos_OportCorea_JAP.pps#464,14,ENFOQUE DEL SECTOR CÁRNICOS EN COREA](http://www.bacomext.com/Bacomext/aplicaciones/directivos/documentos/SemCarnicos_OportCorea_JAP.pps#464,14,ENFOQUE%20DEL%20SECTOR%20CÁRNICOS%20EN%20COREA)
3. El Economista, Edición Empresa, 15 de Julio del 2008, "Quiere Asia mas Carne de Bovino"., http://www.alimentariaonline.com/desplegar_notas.asp?did=4399
4. La Imagen Agropecuaria. Comercialización 04 Diciembre del 2007, "México ya es segundo proveedor de carne a Japón" http://www.imagenagropecuaria.com/articulos.php?id_sec=11&id_art=280
5. Ichthus Education Center & Bio-world Products Inc.. Presentación Francisco Min., "El Mercado de Carne Bovina en Corea y Expectativas de Exportación de la Carne Bovina Mexicana a Corea"., <http://www.cucba.udg.mx/SICARNE/Korea.pdf>

Sobre la exhibición.

Desde que se estableció en 1983, esta exposición ha logrado atraer a cientos de miles de visitantes de todas partes del mundo, y se ha convertido en uno de los eventos líderes del sector alimentario en Asia. En 2007, se registraron

aproximadamente 40 mil visitantes, 3171 empresas locales y 404 empresas extranjeras de 31 países.

El evento está dirigido a empresas de la industria alimentaria, y ofrece a los compradores una gama muy amplia de productos que incluye: productos frescos, carnes, productos del mar, procesados, ingredientes y aditivos, café, té vinos y licores, utensilios de cocina, marketing, equipo y sistema de información entre otros.

Este año, los organizadores esperan darle un valor adicional impulsando la especialización de la exhibición para así subir la calidad del evento, y se dará paso a SEOUL FOODTECH 2008; una exhibición de tecnología en alimentos y SEOUL FOOD SAFETY, para inocuidad alimentaria.

A pesar de que Corea es un país con el que México no tiene un acuerdo comercial, representa una excelente oportunidad para los productos mexicanos. Por lo que participar en el evento, le permite a los productores mexicanos diversificar mercados; evaluar la calidad de los productos y su presentación ante los otros países que se reúnen en los recintos de exhibición; reconocer de forma práctica de las demandas de otros mercados y; aprender sobre las tendencias y oportunidades de los productos.

<http://www.seoulfood.or.kr/eng/info/message.php>

Participación de ASERCA/SAGARPA en 2008.

Esta será la primera 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 cárnicos, con el propósito de que interactúen con los compradores asiáticos.

Se considera que la oportunidad para las empresas de cárnicos es muy grande ya que según la Asociación Mexicana de Exportadores de Ganado (AMEG), las exportaciones totales de carne y despojos de bovino, totales, a Corea en el 2007 fueron de 4,522.8 toneladas que representan el 13.34% del total de todas las exportaciones de México hacia Corea.

Por lo que en esta ocasión, el Pabellón Mexbest, estará ubicado en la sección especializada en cárnicos. Se estará participando con 6 empresas de carne de res. Se ofrecerá una cena con la finalidad de enseñar e impulsar la tradición de comer tacos.

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 en Seoul Food & Hotel, con el objeto de promover y posicionar carne de res en el mercado coreano, incentivando principalmente la aceptación del consumidor final y del sector dedicado a la elaboración de cárnicos.

Para ello, la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, con el apoyo directo de la Consejería Agropecuaria de México en Tokyo, Japón, promoverá entre los principales productores exportadores de cárnicos en México, su participación en el evento denominado Seoul Food & Hotel, con un espacio de 120 m2 para la participación de entre 5 y 7 empresas.

SEOUL FOOD & HOTEL 2008.

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 120 m² de 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 de la Ciudad de México al recinto ferial en Seúl, Corea.

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 de Corea.

Traducción.- ASERCA contratará los servicios de personal capacitado para traducir de español a coreano 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 medidas 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 proyecto, 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; 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.
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 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 a la misión 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 tomar parte del proyecto "SEOUL FOOD & HOTEL 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: