

PROYECTO DE PROMOCIÓN

PROGRAMA DE FERIAS INSTITUCIONALES Y MISIONES COMERCIALES 2008-2009(21)

SIAL PARIS 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 alimentos en Europa

La Comunidad Europea, constituye un mercado de 27 países con una población de cerca de 500 millones de personas, con creciente número de agricultores y una industria de alimentos y bebidas con una facturación total de 800 mil millones de euros aproximadamente, que da empleo a 4.1 millones de personas.

En el curso de una generación, la alimentación en Europa se ha vuelto más variada y diversa, con ingredientes y platos de todo el continente y del mundo. Al mismo tiempo y como resultado de una serie de incidentes alimentarios —como la enfermedad de las vacas locas (BSE por sus siglas en inglés), las dioxinas y la salmonela— que han sacudido la confianza del consumidor, los controles de calidad, y la legislación europea y nacional es cada vez más estricta.

La demanda de alimentos es estable, debido al escaso crecimiento poblacional, la edad de los consumidores y la creciente predilección por comer fuera de casa. Por tanto, los productos fáciles de cocinar, nuevos y exóticos, orgánicos, o comida preparada que cumplan con los estándares de calidad e inocuidad son los que prefieren cada vez más los consumidores. En los últimos años esto ha impulsado la industria alimentaria europea, siempre en busca de nuevas ideas.

El mercado de la miel, vainilla y café en la Unión Europea: Oportunidades para México

La Unión Europea es un importante productor de **miel** a nivel mundial y su producción va en aumento, en parte debido a la integración de nuevos países a la Unión Europea de forma tal, que actualmente la autosuficiencia en miel de la UE creció de 54% en el balance 2004/05 a cerca de 61% para el 2006.

El consumo de miel de la UE es de 311 mil toneladas; cerca del 24% del consumo mundial, seguido por China (15%) y EEUU (12%). En Europa, Alemania es el principal mercado para miel, sin restar importancia al consumo en Francia y en el Reino Unido; y se aprecia que en países como España, Polonia, Rumania y Portugal, la demanda va en aumento.

En 2006, la UE importó 147 mil toneladas de miel de abeja por un valor de 197.5 millones de euros. El principal origen de las importaciones fue Argentina con 66 mil toneladas, ocupando un 44.93% del mercado; México ocupa el segundo lugar con 12.49 mil toneladas., lo que significa un 8.5% del mercado. El destino más importante de nuestras exportaciones de miel es Alemania, ya que representa el 63.22% de las mismas.

Nuestro país pasó de exportar 120 mil toneladas en 1990, a 160 mil toneladas en 2001, para disminuir posteriormente y situarse en las 150 mil toneladas. Gracias a la firma del Tratado de Libre Comercio con la UE, México cuenta con una cuota de 30 mil toneladas anuales que pagan un arancel preferencial del 8.6%. Una vez que esta cuota se alcanza se paga el arancel normal de 17.3%. En el período 2006/07 el uso de la cuota se sitúa en cerca del 49%, por lo cual, las oportunidades preferenciales para que los productores de miel exporten a la Unión Europea son aún muy grandes (51% que no se ha aprovechado).

Respecto al **café**, debemos señalar que México ocupa el séptimo lugar en producción mundial de café y el onceavo en exportación, ya que se obtienen 4.6 millones de sacos en promedio por ciclo cafetalero, de los cuales el 62 por ciento se destina a la exportación, lo que genera al país un ingreso en divisas por 400 millones de dólares anuales. Los países de la Unión Europea, en conjunto, se han convertido en las últimas tres décadas en los principales soportes del consumo mundial de café, con más del 40% de las importaciones. El consumo total de café en Europa creció a una tasa promedio de un 3.8% por año en el periodo de 1986 a 1991, siendo los principales países importadores Finlandia, Dinamarca, Alemania, Francia e Italia. Por su parte, el Reino Unido, también ha empezado a aumentar su demanda de café debido principalmente a que los jóvenes están reemplazando el consumo del té.

Hoy México ocupa el tercer lugar en inventarios, con 538 mil sacos de café, superado por Honduras quien hoy ocupa el primer lugar con 1.1 millones de sacos; lo que refleja claramente que tenemos capacidad de abastecimiento. El destino que tenían los inventarios de nuestro país cambió un poco, en 2006 la mayor parte se enviaba a Nueva Orleans y a New York; ahora el destino más atractivo está en Europa.

En cuanto a la **vainilla**, es un producto muypreciado en el mercado europeo, que demanda la industria alimentaria, licorera, refresquera, de confitería y farmacéutica, entre otras. Aunque de gran calidad, la vainilla mexicana enfrenta una fuerte competencia de países como Madagascar (el primer productor a nivel mundial), China e Indonesia.

Tradicionalmente, Estados Unidos había sido el principal comprador de esta especie, sin embargo, hacia 2004, Alemania desplazó a EEUU, al adquirir el 56% de las exportaciones de vainilla mexicana, lo que significó un monto de 907 mil dólares.

Con información de:

Consejería Agropecuaria de México para Europa, "Estudio de Mercado de la Miel en la Unión Europea", Mayo 2007.
Dirección General de Investigación de la Unión Europea, "Seguridad de los Alimentos en Europa"
http://ec.europa.eu/research/leaflets/food_safety/index_es.html

El Financiero Online 28 de abril de 2008, "México, séptimo productor mundial de café".

<http://www.elfinanciero.com.mx/ElFinanciero/Portal/cfpages/contentmar.cfm?docId=117731&docTipo=1&orderby=docid&sortBy=ASC>

Grupo Reforma, miércoles 28 de diciembre de 2005 "Valoran vainilla en Alemania", artículo en sitio: Presidencia de la República 2000-2006, en sitio <http://fox.presidencia.gob.mx/buenasnoticias/?contenido=22690&pagina=144>

Imagen Agropecuaria en línea, 13 de abril de 2008, "Proyectan analistas precio del café a la baja" en http://www.imagenagropecuaria.com/articulos.php?id_sec=11&id_art=388&id_ejemplar=1

USDA "European Trading Agreements in Fruits and Vegetables" elaborado por Gene Hasha.
<http://www.ers.usda.gov/publications/VGS/Jul04/vgs30301/vgs30301.pdf>

Vinculando.org Revista Electrónica Latinoamérica de Desarrollo Sustentable "Tendencias de la demanda mundial de café", <http://vinculando.org/mercado/cafe/tendmundodem.html>

SIAL 2008

Este evento de gran tradición en el sector agroalimentario, tendrá su 23ª edición del 19 al 23 de octubre de 2008, en París, Francia; a su inicio en 1964, fue denominado llamado "Mercado Mundial de Alimentos", habiendo logrado una sólida reputación como un evento que ofrece un panorama completo de la oferta internacional y las nuevas tendencias, entre ellas el "Comercio Justo" que es cada vez más importante en Europa.

Se realiza cada dos años, habiéndose consolidado como un evento de gran calidad, donde se encuentra lo más novedoso de la industria alimentaria a nivel global, gracias a que el 75% de los más de 5,300 expositores proviene de 99 países, además de que el 82% de ellos acude a SIAL con el objetivo principal de exportar.

Por su parte, el 80% de los visitantes que asisten a SIAL están involucrados en los procesos de compra, y el 91% manifiesta satisfacción respecto a su visita; mientras que el 55% de los más de 140 mil visitantes son originarios de 191 países.

Participación de ASERCA/SAGARPA en 2006.

En 2006, productores de miel estuvieron presentes en SIAL con el apoyo de ASERCA/SAGARPA, que organizó el Pabellón MexBest, en el cual estuvieron presentes 7 empresas mexicanas, en un espacio de 36 m², donde se exhibió la más amplia variedad de miel, representando la producción de 15 estados de la República, incluyendo miel orgánica y convencional. Los resultados fueron muy favorables, ya que se lograron concretar compromisos de venta por 7,400 toneladas, con un valor de 6.3 millones de dólares. Asimismo y por primera vez, se

lograron colocar 55 mil unidades de producto envasado, además de las ventas de miel a granel.

Los apicultores y exportadores de miel lograron a través de su participación en SIAL 2006, reformar los vínculos comerciales existentes y aumentar su potencial de exportación. Productos innovadores como las mezclas de miel y frutas generaron gran interés por parte de los compradores y se llevaron a cabo entrevistas con importadores y comercializadoras de miel de diferentes países, como: Francia, Alemania, Estados Unidos, Reino Unido, Grecia, Finlandia, España, Israel, Austria, Turquía, Sudáfrica, Argentina, Hungría, Nicaragua, Italia y Bélgica, entre otros.

Cabe mencionar que en el 2007 se lograron compromisos de venta por más de 3 millones de dólares como resultado de la participación en la feria internacional de alimentos Anuga que se llevó a cabo en Colonia, Alemania. ASERCA/SAGARPA con la finalidad de garantizar la presencia de productores mexicanos en los mejores espacios de exhibición en Europa, alterna la participación de Anuga y Sial cada año.

Objetivo.

El objetivo central del presente proyecto es unir los esfuerzos de productores de miel, vainilla y café, y ASERCA/SAGARPA, representado por la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, en una estrategia de promoción que les permita propiciar el establecimiento de relaciones comerciales con compradores de dichos productos en Europa, a través de su participación en una exhibición especializada de alimentos, y dentro del Pabellón MexBest.

Para ello, la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, con el apoyo directo de la Consejería Agropecuaria de México en Bruselas, Bélgica, promoverá la participación de productores y empresas comercializadoras de miel, vainilla y café, en el evento SIAL París 2008, considerando como mínimo la participación de 12 empresas como mínimo y 18 como máximo.

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 120m², con capacidad para un mínimo de 12 y un máximo de 18 expositores.

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 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 *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. 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 París.

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-francés-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 y no podrá tratarse de uno por exhibidor, debido 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, 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 llevar producto para la exhibición, así como para el catálogo promocional de diferenciación de mieles si le aplica.
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 SIAL París 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 "SIAL PARIS 2008" y que estoy de acuerdo con lo que en él se establece.

Por ASERCA.

Nombre:

Firma:

Cargo:

Los BENEFICIARIOS.

Empresa:

Representante Legal:

Firma: