

## **PROYECTO DE PROMOCIÓN**

### **PROGRAMA DE FERIAS INSTITUCIONALES Y MISIONES COMERCIALES** **2008-2009(5)**

#### **UNITED FRESH 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 EEUU**

EE.UU es el principal socio comercial de nuestro país por naturaleza y, dado el cada vez mayor asentamiento de población de origen mexicano en su territorio, es un mercado que ofrece un enorme potencial para los productos frescos, ya que 6 de cada 10 productos son mexicanos. Además de que a través de los años, se ha venido reconociendo su calidad y competitividad, logrando mayores espacios de aceptación entre los consumidores estadounidenses.

Cabe resaltar el hecho que EE.UU. tiene una participación de casi el 20% en el mercado mundial de alimentos y productos agrícolas, una población de 300 millones de personas, un ingreso per cápita de 36 mil 276 dólares y un promedio de gasto en alimentos de alrededor del 11.4% del ingreso personal; por lo que se mantiene como un mercado atractivo para los productores del sector agroalimentario no sólo de nuestro país, sino de todo el mundo.

México se ha posicionado como el principal proveedor de frutas y hortalizas de Estados Unidos, sobre todo a partir de la entrada en vigor del Tratado de Libre Comercio con América del Norte, ya que desde 1994 las exportaciones se han incrementado al 190% superando los \$3,900 millones de dólares en 2005 y con expectativas de llegar a los 4,500 millones de dólares al cierre de 2006.

En las últimas décadas, el mercado de productos frescos en EE.UU. ha cambiado considerablemente debido a que la población ha ido adquiriendo un mayor interés por consumir más productos frescos, más variedades exóticas, productos empacados de forma conveniente y ha manifestado una mayor preocupación por la calidad, sanidad y seguridad alimentaria de los productos.

Entre los productos hortofrutícolas mexicanos más exportados a EE.UU se encuentran: tomate, aguacate hass, mango, papaya, fresa, sandía y melón, principalmente; seguido por cebolla, garbanzo, pepino, espárrago, chile, brócoli, calabacita, nuez, y limón.

El terreno que han ganado las frutas y hortalizas en el mercado estadounidense se puede ver claramente en los supermercados y establecimientos de venta al por menor, ya que para satisfacer las demandas de la población, han introducido nuevos productos y destinado mayor espacio al departamento de frutas y hortalizas. Por otra parte, los canales de comercialización también se han modificado y las tiendas de conveniencia y supermercados prefieren tratar directamente con los productores, al igual que las empresas de *foodservice* interesadas en garantizar la frescura de los alimentos que brindan, lo cual ha disminuido la participación de distribuidoras mayoristas. De forma simultánea, este incremento en el consumo ha provocado el aumento de importaciones de productos frescos.

Debido a ésta marcada tendencia, el departamento de Salud de Estados Unidos junto con el Departamento de Agricultura, han venido realizando una serie de estudios sobre el consumo de frutas y vegetales en la población adulta y descubrieron que para el 2005, el 32% de los adultos en los Estados Unidos consumían frutas más del doble de lo que se consumía anteriormente y, 27.2% comían vegetales 3 veces más por día, esto es una prueba más sobre el incremento de la conciencia en la población sobre la importancia de consumir estos productos para vivir una vida más larga y sana.

Por lo anterior, se puede deducir que en un entorno de libre competencia, mayores exigencias y mayor demanda del país importador; los exportadores mexicanos de frutas y hortalizas pueden actuar con márgenes de confianza sustentada en sus

ventajas competitivas para enfrentar éste mercado, el cual representa una amplia ventana de oportunidades.

**Fuente:**

- Elaborada por ASERCA con datos del Departamento de Agricultura de Estados Unidos.
- FAO Statistical Databases y United Nations Commodity Trade Statics Database.
- <http://www.cdc.gov/mmwr/preview/mmwrhtml/mm5610a2.htm>

### **Sobre la exhibición**

Es un evento que se celebra anualmente y uno de los de mayor importancia para el sector hortofrutícola en EE.UU., además de ser reconocido como uno de los más especializados en América del Norte.

Esta exposición, organizada por Food Marketing Association –FMI y United Fresh, se enfoca en promover todo lo relacionado con la industria de productos frescos, ya que se ofrecen además de frutas y hortalizas, nuevas variedades de productos orgánicos y exóticos, aderezos, sistemas y herramientas de inocuidad y sanidad, empacamiento, rastreabilidad, innovaciones tecnológicas y software, entre otros.

El FMI es una Asociación manejada por mayoristas y minoristas del sector alimentario, que realiza un programa en materia de investigación, educación y relaciones públicas. En esta ocasión, ambas asociaciones - United Fresh y FMI - trabajarán en conjunto para servir a los productores y compradores creando una estrategia de oportunidades para construir una alianza a lo largo de toda la cadena de proveedores.

Al evento acuden compradores mayoristas y minoristas, empacadores, distribuidores, comercializadores, transportistas, exportadores, ejecutivos de ventas, especialistas en sanidad alimentaria, investigadores, oficiales de gobierno y líderes de la industria.

### **Participación de México en el 2008**

México participa por primera ocasión a través del Pabellón MEXBEST coordinado por ASERCA - SAGARPA, ya que reconoce éste evento, como una plataforma para que los participantes obtengan resultados exitosos.

### **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 foro FMI United Fresh 2008, con el objeto de promover y posicionar sus productos en el mercado estadounidense, así como diversificar compradores y centros de distribución.

Para ello, la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, promoverá la participación de productores y empresas mexicanas de productos gourmet e innovadores, y en general de la industria alimentaria, en el evento Summer Fancy Food 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 100 m<sup>2</sup> 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 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.

**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 Las Vegas, Nevada.

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

**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.
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 "FMI United Fresh 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:

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