

Proyecto Descriptivo

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

EXPO PRADO

La Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), a través de la Agencia de Servicios a la Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuaria (ASERCA), consciente de que la estrategia más importante para mejorar los ingresos de los productores es incrementar su presencia en los mercados globales, a través de acciones integrales para la promoción y certificación de productos agroalimentarios, con fundamento en el Presupuesto de Egresos de la Federación para el ejercicio fiscal 2014, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 03 de Diciembre de 2013, contempla los tipos de incentivos del componente de Incentivos de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones del Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados.

En este contexto, se autorizó el 12 de mayo de 2014, el Programa de Eventos, propuesto por la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de ASERCA, en el que se establece la agenda y calendarización de los eventos comerciales nacionales e internacionales, para la promoción de las exportaciones en el periodo mencionado, que están sujetos a la disponibilidad presupuestal acorde a los recursos asignados en el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2014.

La SAGARPA, a través de ASERCA y la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, efectúa los Eventos Comerciales Nacionales e Internacionales con el objeto de 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 incentivos, 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 Eventos Comerciales Nacionales e Internacionales especializados en alimentos y productos del sector.

Por ello, la participación de los productores agroalimentarios y pesqueros mexicanos en Eventos Comerciales Nacionales e Internacionales, tiene importantes ventajas, ya que representa:

- a) El primer paso para exportar;
- b) La oportunidad de diversificar sus exportaciones;
- c) El instrumento idóneo para consolidar mercados y posicionar sus productos;
- d) Identificar y evaluar a la competencia;
- e) Conocer las innovaciones tecnológicas en el sector (maquinaria, empaques, presentación, etc.); y
- 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.

ANTECEDENTES

De los países del Mercado Común del Sur (Mercosur), Uruguay es el único país que tiene un TLC con México. A su vez, es el único miembro del Mercosur que ha logrado un TLC fuera de dicho agrupamiento. Ello le da a la relación con México una sólida base estratégica. Para México la relación económica con Uruguay representa una alternativa para diversificar su comercio en Sudamérica. Para Uruguay la relación con México forma parte de su esfuerzo por desarrollar espacios de equilibrio ante sus vecinos y mantener una alternativa económica comercial. Finalmente, en septiembre de 2011 los Presidentes de México y Uruguay suscribieron un Acuerdo de Asociación Estratégica (AAE). El AAE tiene por objetivo fortalecer la relación bilateral mediante el establecimiento de una Asociación Estratégica en materia política, económica, comercial y de cooperación entre las Partes. La economía de Uruguay ocupa el octavo lugar entre los países que conforman Sudamérica y a nivel mundial tiene la posición 77 de acuerdo con datos del FMI.

El Tratado de Libre Comercio entre ambos países ha dado un fuerte impulso al comercio bilateral, al pasar de un monto de 135.8 millones de dólares en 2003 a cerca de 500 millones de dólares en la actualidad; es decir triplicando su monto. A raíz de la entrada en vigor de dicho instrumento el comercio bilateral ha crecido a un ritmo del 20% anual.

No obstante este significativo crecimiento del comercio entre los dos países, el intercambio de México con Uruguay representa alrededor del 1.9% del total que realiza México con los países de la Asociación Latinoamericana de Integración (ALADI). Esto ubica a Uruguay como el octavo socio comercial de México en esta región.

CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

La relación comercial entre México y Uruguay está regida por 14 acuerdos en diversos ámbitos. De estos, 2 son de complementación económica, 3 son agropecuarios, 1 energético, 2 hacendarios, 1 de inversión, 4 de promoción y 1 es un Tratado de Libre Comercio (TLC). Fundamentalmente, por los Acuerdos de Complementación Económica y el Tratado de Libre Comercio. Estos últimos, permiten que los productos mexicanos puedan ingresar al mercado uruguayo en condiciones preferenciales. Sin embargo existen algunas regulaciones no arancelarias que se tienen que cumplir como lo son:

Bebidas alcohólicas destiladas. Normas higiénicas. Los productos deberán cumplir con las normas establecidas específicamente y ser habilitados por la Oficina Bromatológica que autoriza su importación. <http://www.montevideo.gub.uy/tramites/habilitacion/bromatologica-de-empresas-alimentarias>.

Productos alimenticios. Normas higiénicas. Los productos deberán cumplir con las normas establecidas en el reglamento y ser habilitados por la Oficina Bromatológica que autoriza su importación. Para obtener una referencia específica de cada producto puede dirigirse a la siguiente liga <http://www.montevideo.gub.uy/tramites/habilitacion/bromatologica-de-empresas-alimentarias>

OPORTUNIDADES COMERCIALES EN EL MERCADO

El análisis de los flujos comerciales entre México y Uruguay para el período 2010-2014 ha permitido identificar las oportunidades que podrían tener algunos de los productos mexicanos, que ya se exportan a Uruguay, de aumentar sus ventas. El valor máximo que pueden alcanzar las ventas es indicativo y, sobre todo, marca una posibilidad que puede concretarse o no, dependiendo del dinamismo de la demanda interna uruguaya y/o de la capacidad de los productores mexicanos para aprovechar las oportunidades del mercado. También se han detectado algunos productos que México exporta al mundo pero no a Uruguay, aunque este país sea demandante de los mismos. Por tanto, se detecta para este conjunto de productos la posibilidad de que exista una nueva oportunidad comercial a explorar por parte de los exportadores. Entre los que destacan los siguientes:

- Preparaciones alimenticias diversas
- Cerveza de malta
- Tequila y mezcal
- Azúcar invertido y demás azúcares y jarabes de azúcar
- Papas (patatas)
- Aceites esenciales de limón
- Pepinos de mar
- Aceites esenciales de lima
- Jugo de toronja o pomelo
- Artículos de confitería sin cacao
- Productos a base de cereales obtenidos por inflado o tostado
- Galletas dulces (con adición de edulcorante)
- Semilla de sésamo (ajonjolí)
- Los demás jugos de cualquier otra fruta u hortaliza
- Preparaciones para salsas y salsas preparadas
- Aceites esenciales de naranja
- Chiclos y demás gomas de mascar
- Plátanos
- Tomates preparados o conservados
- Pasas
- Jaleas
- Mermeladas
- Duraznos
- Aceites en bruto
- Tomates preparados o conservados.
- Maníes (cacañuetes)
- Atunes
- Frutos con cascara Secos
- Duraznos (melocotones)
- Sardinas.

PERFIL DEL EVENTO

Expo Prado 2014 es el principal evento agrícola-ganadero de Uruguay, y el acontecimiento nacional más multitudinario, dada la gran cantidad de atracciones que presenta, así como su constante renovación.

Durante los 12 días que dura el evento, más de 350,000 personas visitan el predio de La Rural del Prado, su amplia variedad de propuestas y actividades tales como: premiación de animales reproductores, exposición de maquinaria y productos, innovación, concursos, tecnología, genética, el campo, la tradición, conferencias, negocios, lanzamientos, gastronomía, espectáculos en vivo, música, educación, son algunos ejemplos de la gran diversidad de atractivos que encuentran los asistentes.

Para la Asociación Rural del Uruguay, es un orgullo mostrar año con año el resultado de quienes fomentan los más nobles valores del trabajo, esfuerzo y sacrificio, de los emprendedores que buscan la mejora continua.

PERFIL DEL PARTICIPANTE.

Fabricantes, productores, importadores y exportadores; organismos y pabellones internacionales de productos alimenticios y bebidas; exposición de diferentes clases de ganado y maquinaria de uso agropecuario.

PERFIL DEL VISITANTE.

En este evento se presentan supermercados, importadores y exportadores de alimentos internacionales, mayoristas, distribuidores, proveedores y fabricantes de alimentos y bebidas, representantes de áreas de comercio, hotelería, gastronomía y catering profesionales, así como empresarios del sector minorista.

SOBRE PARTICIPACIONES DE ASERCA

Esta será la segunda ocasión en que ASERCA apoye la participación de empresas mexicanas en el evento.

OBJETIVO DE PARTICIPACIÓN.

El objetivo central del presente proyecto es unir los esfuerzos de los beneficiarios que suscriben y ASERCA, representada por la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, en una estrategia que permita a los productores participantes, promover y posicionar sus productos en el mercado uruguayo, mediante la participación en el Pabellón mexicano que se montará en el evento EXPO PRADO, con el objeto de diversificar compradores y establecer relaciones comerciales con compradores de distintos países.

Es condición en todos los casos que asistan personas con relación laboral de la empresa o la persona física sujeta del apoyo.

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:

Descripción de los servicios:

Espacio de exposición.- ASERCA contratará el espacio en el cual se llevará a cabo la exposición de los productos de las empresas participantes, acorde al diseño que resulte más adecuado para los productos a exhibir, con capacidad para 10 posibles expositores.

Construcción de 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 su logotipo.

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 si es posible, con 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 de ingreso. - ASERCA proporcionará a los beneficiarios, dos gafetes por módulo de exhibición.

Servicio Degustación. - ASERCA contratará los servicios necesarios para la degustación de los productos en exhibición dentro del Pabellón de México a fin de generar un acercamiento más directo con posibles compradores.

Servicio de 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. Es indispensable 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 convenciones de la ciudad de Montevideo, Uruguay.

Servicio de mesas de negocios. - ASERCA contratará el servicio para la realización de mesas de negocios para los productores del sector agroalimentario que participen en el pabellón.

Servicio de Transportación. - ASERCA apoyará a los productores con un 70% del valor del transporte aéreo desde la ciudad de origen en México hacia Montevideo, Uruguay.

Servicio de Hospedaje. - ASERCA apoyará a los beneficiarios con un 70% en el valor de hospedaje.

Servicio de Agencia para Transporte. - ASERCA contratará un vehículo de servicio de transporte para el traslado de los empresarios al centro de exposiciones.

Por su parte, todos aquellos que se adhieren al presente proyecto como beneficiarios:

1. Toda vez que entiende los alcances del presente convenio, manifiesta bajo protesta de decir verdad que los acepta por voluntad propia.
2. Cada beneficiario declara bajo protesta de decir verdad que no cuenta con referencias negativas de participaciones anteriores, 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. Se compromete a enviar en tiempo y forma los documentos requeridos de conformidad a los requisitos y criterios de elegibilidad señalados en las Reglas de Operación del Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados.
4. Acepta informar sobre el avance de las negociaciones realizadas con los contactos establecidos en los incentivos de los que sea participe, y facilitar al personal de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones cuando sea requerido, información para el seguimiento de los resultados obtenidos por su participación.
5. Se compromete a entregar el último día del evento, al personal de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, el formato "Evaluación de Participación", debidamente requisitado.
6. 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.

Ciudad de México, Junio 2014.