

Anexo XIX
Proyecto Descriptivo

COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES

WORLD FOOD

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 Agropecuarios (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

Debido a las condiciones climáticas de ese país y a la falta de posibilidades para incrementar su producción de frutas, legumbres y cárnicos, así como el constante incremento de la demanda, se ha generado un crecimiento acelerado de las importaciones. Actualmente cerca de la mitad de los productos antes mencionados, vendidos en Rusia, provienen de las importaciones.

Tanto Rusia y México se consideran puntos estratégicos para sus relaciones económicas y comerciales. Rusia es considerada uno de los famosos países BRIC, es decir, una de las nuevas economías emergentes que junto con nuestra nación pertenecen al G-20.

Se emplea la sigla BRICS para referirse conjuntamente a Brasil, Rusia, India, China y Sudáfrica, todas estas naciones tienen en común una gran población, un enorme territorio, lo que les proporciona dimensiones estratégicas continentales y una gigantesca cantidad de recursos naturales y, lo más importante, las enormes

cifras que han presentado de crecimiento de su producto interno bruto (PIB) y de participación en el comercio mundial en los últimos años, lo que los hace atractivos como destino de inversiones.

En los últimos años, México se ha convertido en uno de los socios económicos significativos de Rusia en América Latina. Ambos países han intentado fortalecer la relación económica bilateral y establecer una relación más estratégica. Estos esfuerzos se han traducido en un aumento de su comercio total; de acuerdo con datos del Banco de México, el volumen total del comercio entre Rusia y México ha aumentado cinco veces en el periodo que va de 2000 a 2012 (14% promedio anual), incremento que ha implicado mayores beneficios globales para Rusia que para México.

Cada año más productos mexicanos entran al mercado ruso y más productos rusos, al mercado mexicano. México se conoce en Rusia por su carne, tequila, cerveza. Los consumidores rusos pueden comprar en las tiendas de Moscú las tortillas mexicanas.

Rusia tiene una de las economías de más rápido crecimiento en el mundo. La tasa de crecimiento de su PIB real fue del 8.1% en 2007 y 7.4% en 2006.

Algunos datos del mercado ruso y el comportamiento de sus consumidores:

- El ingreso de los consumidores aumentó un 10.4% en 2007 luego de haber crecido 13.3% en 2006.
- En 2007 la demanda aumentó 15.2% sobre el nivel del 2006.
- En Rusia se gasta más en alimentos que en cualquier otro país de Europa.
- Los consumidores rusos están viajando mucho al exterior. Viajar los expone a una amplia variedad de sabores y comidas que luego desean encontrar en casa.
- Los rusos también están gastando más en alcohol, pero se están alejando del tradicional vodka. El vino y la cerveza son cada vez más populares así como bebidas de moda tales como whisky, coñac, y brandy. Los cocktails también se están volviendo una moda y los consumidores cada vez más, están pidiendo los espirituosos y licores por su marca.

CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Los importadores deben diligenciar la declaración de aduanas rusa para todos los ítems importados. El certificado de origen y el de conformidad con las normas de calidad también se presentarán ante la aduana. Muchos productos importados para ser vendidos en la Federación Rusa requieren de un certificado de conformidad expedido por el Comité de Normas del Estado Ruso, el cual certifica que los productos cumplen las normas ISO-9000. Las normas específicas aplicables a ciertos productos como alimentos están a cargo del Ministerio de Agricultura.

Para mayor información revisar: <http://www.aris.ru/>

La documentación básica que se requiere para exportar a Rusia es la siguiente:

Declaración aduanera por cada importación. La declaración debe ser en ruso para su presentación a la Aduana, ya sea por parte del importador o exportador, si está autorizado para ello, o por parte del agente de aduanas.

Factura comercial o pro forma en ruso. La aduana no admite facturas escritas a mano pero no exige ninguna forma especial, documento de transporte, lista de Empaque en ruso o inglés (a veces la aduana exige una traducción) emitido por el exportador.

Certificado sanitario en ruso emitido por el Instituto Correspondiente en México. En muchos casos se exige un certificado que asegure la homologación con las normas GOST R (certificación que se basa en pruebas de seguridad para productos que entran en contacto con alimentos). Hasta que se indique lo contrario, el certificado de higiene no es obligatorio.

Mayor información sobre las normas GOST R puede encontrar en:

http://www.ul-europe.com/es/solutions/marks/gost_r.php

Para los efectos de la interacción de la mercancía en el territorio de Rusia, el importador debe presentar a la Aduana local el siguiente juego de documentos:

- Declaración de Aduana (GTD) impresa y en disquete: es un formulario establecido por la Aduana que describe en forma codificada la mercancía, su valor declarado, forma de pago, pagos de interacción efectuados, régimen aduanero, datos básicos del exportador e importador etc. El documento debe ser rellenado en ruso para su presentación a la aduana, ya sea por parte del importador o exportador, si está autorizado para ello, o por parte del agente de aduanas.
- Factura-Pro Forma (Invoice) con el valor de mercancía a importar.
- El exportador debe aportar una factura comercial o una factura pro forma, en ruso, inglés o alemán (aunque en estos dos últimos casos las autoridades pueden pedir una traducción al ruso).
- Documento de transporte, dependiendo del transporte que se haya utilizado (CMR, carta de porte aéreo, etc.).
- Packing list emitido por el exportador en ruso o inglés (a veces la aduana exige una traducción).
- Escritura de la empresa importadora.
- Tarjeta de registro del importador en el organismo estatal de estadísticas con el código de empresa.
- Código Único Tributario del importador.
- Carta del Banco del importador con los números de cuentas del importador, en rublos y en divisa.
- Contrato de importación con traducción al ruso (o ruso y español).
- Certificado de seguridad GOST-R y otros certificados para los productos específicos.
- "Pasaporte" de la operación - documento emitido por el Banco del importador para los efectos del control monetario, que contiene la breve descripción codificada de la operación de importación. En la práctica, ello supone para el importador ruso adquirir por adelantado la divisa con la que va a pagar la mercancía. Este requisito no afecta directamente al exportador español, pero es conveniente tenerlo en cuenta, porque dichos "pasaportes" no se conceden a menos que el importador ruso pueda aportar un contrato por escrito, y la empresa mexicana debe estar dispuesta a facilitárselo.
- Copia de la transferencia bancaria por los pagos de ingreso a la cuenta de la Aduana local, con sello del Departamento de pagos de la Aduana que certifique el ingreso de dichos fondos.
- Certificado de Origen (Forma "A") para los efectos de las preferencias. Sin él, el envío no puede beneficiarse del tratamiento de nación más favorecida, régimen aplicable a las importaciones de los países que tienen esta consideración.
- Póliza de Seguro (en caso de contratarse).
- Datos de Identidad del representante del importador.

OPORTUNIDADES COMERCIALES EN EL MERCADO.

La Consejería de la SAGARPA para Europa ha identificado oportunidades comerciales para productores frescos y procesados como; limón, toronja, naranja, frambuesa, zarzamora, arándano, aguacate, mango, conservas de fruta, garbanzo, té, café, aceites de aguacate, ajonjolí, sábila, café, chiles jalapeños, dátiles, fruta deshidratada, bebidas alcohólicas, entre otros.

La Federación de Rusia es un país importador de productos agroalimentarios principalmente de frutas, por lo anterior representa un mercado potencial para que los productores mexicanos diversifiquen sus exportaciones.

Rusia solo produce manzanas y fresas. La producción de hortalizas es baja y se limita a la corta temporada de verano y primavera. Debido a las características del mercado (clima y distancia entre ciudades), los productos caducan muy rápido por lo que es muy importante que exportador e importador coordinen al milímetro los tiempos de envío. Se observa que los precios fluctúan rápidamente, de manera que se pueden observar cambios significativos en tan solo una semana.

En Rusia las importaciones de frutas representan entre el 75-80% de las ventas de frutas. Esto se debe principalmente a dos factores: las condiciones climáticas no favorables y la baja inversión en este mercado. Los mayores proveedores de fruta a Rusia son los países de la CIS1 (Comunidad de Estados Independientes, por sus siglas en inglés).

Los productos que registran un mayor nivel de importación son la manzana y la banana. En 2013 los volúmenes adquiridos fueron 1.2 millones TM para cada fruta.

Otras frutas potenciales en Rusia son los cítricos. Estos últimos son una de las frutas favoritas en Rusia. Incluso tienen una larga tradición de consumir naranjas y mandarinas.

En el caso de hortalizas, el producto más demandado es el tomate. La cebolla es muy importante para la cocina rusa y la demanda interna es menos sensible a las fluctuaciones del precio frente a otros vegetales.

Las importaciones de cebolla provienen, por lo general, de países cercanos como Ucrania. Otras hortalizas muy utilizadas en la cocina rusa son los pepinos, las coles, las zanahorias y la ensalada de verduras.

Proyección de las ventas de hortalizas por categoría: Volumen total 2012-2015 (miles TM)

Hortalizas	2012	2013	2014	2015	Var %. 2015/2012
Cebollas	1179	1257	1313	1357	5.4
Tomates	2450	2594	2703	2809	5.1
Otras hortalizas	9520	10210	10675	11124	6.3
Total de hortalizas	13149	14061	14690	15290	6.0

Fuente: Euromonitor

Proyectado desde 2012

Las ventas de frutas en Rusia, de acuerdo a las cifras proyectadas que presenta un estudio de Euromonitor, superarían las 7 mil TM y se espera que tengan el crecimiento promedio sea de 4.4% durante el periodo 2012-2015. En el caso de las hortalizas, las ventas superarían las 15 mil toneladas en 2013, y se espera un crecimiento promedio anual de 6.0% en el mismo periodo indicado.

En el año 2015, las frutas que registrarían los mayores niveles de crecimiento en volumen son los duraznos y nectarinas, así como las naranjas, tangerinas y mandarinas y las hortalizas con mayores niveles de crecimiento en volumen serían las cebollas y los tomates con un crecimiento promedio anual de 5.4% y 5.0% respectivamente.

En virtud de que las condiciones climáticas de ese país y a la falta de posibilidades para incrementar su producción de frutas, legumbres y cárnicos, así como el constante incremento de la demanda, se ha generado un crecimiento acelerado de las importaciones.

PERFIL DEL EVENTO.

Desde 1992 la exposición World Food celebra anualmente en Moscú "Expocentre". Cubre todo el mercado de alimentos y comprende 11 secciones temáticas: las carnes y aves de corral, pescado y mariscos, alimentos congelados y platos preparados, frutas y verduras, productos de confitería y panadería, alimentos y snacks, conservación, aceites y grasas, productos lácteos, té y bebidas de café.

Es la exposición y conferencia para la industria de alimentos y bebidas más importante de Rusia. Es utilizada por los productores y distribuidores locales y extranjeros como una herramienta para introducir sus marcas en el mercado ruso.

World Food recibe una gran cantidad de productores de alimentos y bebidas, locales e internacionales, con el objetivo de promover sus productos y servicios para el sector de alimentos minorista, catering, chefs, mayoristas y distribuidores

Representa el punto de encuentro entre profesionales de la industria agroalimentaria y un escaparate en el que se ofrece al mercado ruso todos aquellos productos innovadores o de calidad pertenecientes a diversas empresas de los mercados internacionales

PERFIL DEL PARTICIPANTE.

Exportadores de frutas, vegetales, productos procesados y de bebidas con experiencia en mercados internacionales y productores de carne con certificación vigente.

PERFIL DEL VISITANTE.

Agentes de compras, distribuidores, directores y otros tomadores de decisiones de las siguientes industrias: mayoristas, minoristas, grandes almacenes y tiendas especializadas de la cadena de restaurantes, hoteles y empresas de catering, compañías de procesamiento de alimentos y autoridades gubernamentales.

Más de 30,000 profesionales esperados para 2014 incluyendo: mayoristas, minoristas, distribuidores, dueños y gerentes, directores, empresarios hoteleros, representantes de cervecerías, gerentes de ventas y de comercialización, ingenieros, técnicos, embotelladores, gerentes de higiene, gerentes de materias primas. Provenientes de Rusia y CIS, Europa del Este y Asia Central.

SOBRE PARTICIPACIONES DE ASERCA

Esta sería la séptima edición en que se apoye la participación de empresas mexicanas en WORLD FOOD.

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

Ruso mediante la participación en el Pabellón mexicano que se montará en el evento World Food, 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:

Espacio de exposición.- ASERCA contratará con el Comité Organizador 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 20 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 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 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 traducción.- ASERCA contratará el servicio de traducción para apoyar a los productores participantes en el pabellón en sus entrevistas de negocios, en el desarrollo del evento.

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.

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.

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 de 2014.