

**Anexo XIX**  
**Proyecto Descriptivo**

**COORDINACIÓN GENERAL DE PROMOCIÓN COMERCIAL Y FOMENTO A LAS EXPORTACIONES**  
**FINE FOOD AUSTRALIA 2014**

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 18 de diciembre de 2013, 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, proporciona incentivos, a fin de hacerlos más competitivos; así como promover y desarrollar mercados en el extranjero, mediante 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 las oportunidades y ventanas de mercado identificados por las Consejerías Agropecuarias de México en el Exterior.

## SOBRE EL EVENTO

La exposición se llevara a cabo del 15 al 18 de septiembre de 2014 en el en el *Melbourne Convention & Exhibition Centre*, en Melbourne, Australia.

Con 29 años de experiencia *Fine Food Australia* es el evento comercial más importante para la industria de alimentos que constantemente ofrece una amplia gama de productos para compradores y vendedores de Australia y del resto del mundo. Es el lugar ideal para lograr ventas y generar clientes potenciales fuertes y desarrollar oportunidades para la exportación de sus productos. Es una exposición multisectorial donde se concentran más de 1,000 expositores, asisten compradores internacionales de 48 países, se dan cita 20, 000 visitantes profesionales (2013), incluyendo a los compradores de los principales hoteles, supermercados independientes y grandes, tiendas minoristas, empresas de catering y cadenas de comida rápida, entre otros. Concentra a los principales productos alimenticios como panadería, pastelería, productos lácteos, bebidas, carnes, pescados y mariscos, productos naturales (libres de gluten) y frutas y verduras. Asimismo, las últimas tendencias en embalaje, equipamiento comercial y equipo para restaurantes.

Australia posee una próspera economía, con una renta per cápita ligeramente superior a la del Reino Unido, Alemania y Francia, en términos de paridad de poder adquisitivo. Australia se encuentra en el segundo lugar en el índice de desarrollo humano llevado a cabo en 2009 por la Naciones Unidas, siendo superada sólo por Noruega; ocupa el sexto puesto en el índice de calidad de vida de la revista *The Economist* (2005). El poder adquisitivo de sus habitantes es bastante alto, quienes además gustan de los productos con un alto valor agregado y cualitativo.

En esta edición, su participación es de suma importancia, si se considera que las empresas que participan como parte de la delegación mexicana, buscan incrementar, diversificar, promocionar y posicionar el destino de sus productos en el continente australiano.

## CONDICIONES DE ACCESO AL MERCADO

Para el ingreso de los productos a los mercados se deben cumplir con ciertos requisitos cualitativos y cuantitativos. Dentro de los cualitativos se encuentran, por ejemplo, exigencias en envases, embalajes, etiquetado, normas sanitarias y de calidad, mientras que en las cuantitativas se encuentran principalmente las reglas arancelarias. Según el tipo de producto siempre es recomendable buscar las regulaciones vinculadas que permitan el ingreso oportuno del producto mexicano al mercado de Oceanía.

El Departamento de Agricultura es responsable de la administración de dos conjuntos de requisitos que deben cumplir los alimentos importados. El primero se refiere a los requisitos de responder a las preocupaciones de cuarentena. El segundo se relaciona con los requisitos de abordar la seguridad alimentaria y son los establecidos en la Ley de Control de Alimentos Importados 1992.

Todos los alimentos importados deben cumplir los requisitos de bioseguridad para ser admitidos en el país. Una vez importados los alimentos ha cumplido con estos requisitos, los alimentos son monitoreados para dar cumplimiento de la *Australia-New Zealand Food Standards Code*.

## OPORTUNIDADES COMERCIALES EN EL MERCADO.

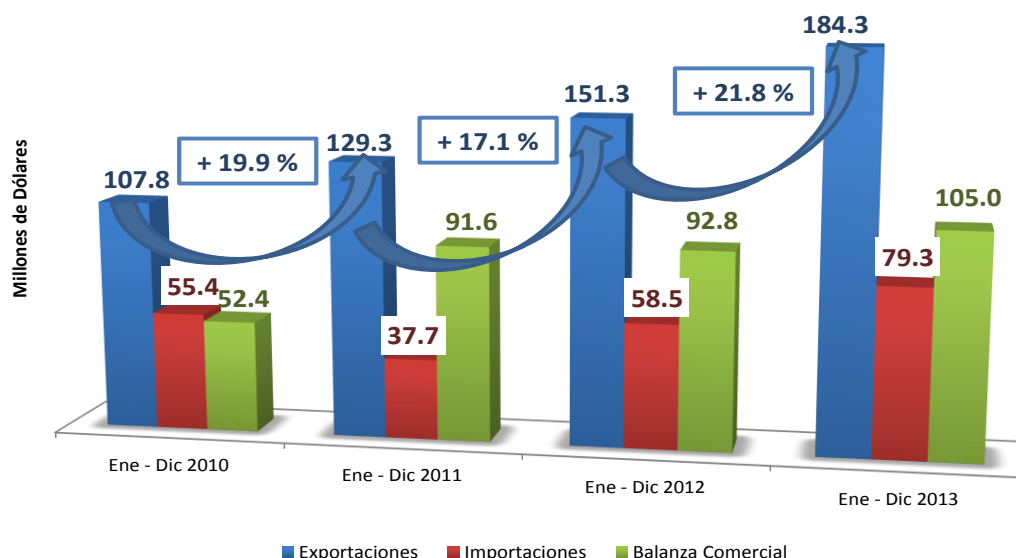
Australia es una nación industrializada próspera y estable económica y políticamente, cuenta con una población de 22.6 millones, de los cuales 14.3 viven en áreas urbanas de más de un millón de habitantes. El 50% de los australianos tienen entre 18 y 34 años.

El PIB per cápita es de \$ 55.366 dólares, uno de los más altos en el mundo. Es la decimotercera economía del mundo con un PIB nominal de \$ 1.3 billones. Su comercio a nivel mundial en 2012 excedió los \$ 550 millones de dólares, con tendencia a un crecimiento del 11.5 % para los próximos 5 años.

Está estimado que más del 85% de los productos alimenticios que se ofrecen en los supermercados australianos son importados, fabricados con ingredientes importados o por la rama local de una empresa extranjera.

Los australianos están abiertos a nuevas propuestas de alimentos. Su alto grado de urbanización, conocimiento de las culturas extranjeras debido a sus viajes y prosperidad que disfrutan hacen de Australia un nicho de oportunidades para el consumo de alimentos de calidad.

### Balanza Agroalimentaria y Pesquera México-Australia 2010-2013



Fuente: Elaborado por ASERCA con datos de la Secretaría de Economía y Banco de México

Australia no sólo importa la calidad en la producción, también les da un valor agregado a los procesos y empaques, indispensables para entrar a un mercado de excelencia, así como, la confianza y relaciones de mediano y largo plazo que se pudieran establecer. El mercado de Oceanía es muy profesional en la manera de gestionar todas las negociaciones, además, de contar con una cultura de eficiencia en el análisis del comercio.

La región oceánica tiene una demanda importante en alimentos, tanto provenientes de la agricultura, cárnicos y productos del mar, así como, en las bebidas que representan un sector muy importante de exportación para los productores mexicanos.

Durante 2010, el Servicio Nacional de Sanidad, Inocuidad y Calidad Agroalimentaria (SENASICA) abrió mercado para diversos productos agropecuarios en 36 países del mundo.

El organismo de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA) informó que entre los mercados que se abrieron con fuerza, destaca también la venta de harina y aceite de pescado a Grecia, Australia, Tailandia y China.<sup>1</sup>

#### PERFIL DEL EVENTO.

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

#### PERFIL DEL PARTICIPANTE.

*Fine Food Australia*, brinda la oportunidad para la generación y cierre de negocios de manera directa, asimismo, es un evento ideal para aquellos expositores que buscan promocionar su producto en el país oceánico con características como la sanidad, inocuidad y calidad.

El evento además permite a los beneficiarios participantes conocer las tendencias, gustos, precios y presentaciones que demanda el mercado de Oceanía.

#### PERFIL DEL VISITANTE.

Para la edición 2014 se esperan 28 mil profesionales entre locales y de más de 50 países, compradores al menudeo, supermercados, delicatessen, chefs, hoteleros, dueños de restaurantes e importadores, distribuidores y revendedores.

El evento es sumamente profesional, se transforma en el lugar ideal para realizar contactos serios y proyectar negocios con compradores y consumidores de este continente y demás compradores provenientes de otros países. Entre los visitantes se encuentra un gran número de compradores líderes de la industria de alimentos y bebidas, que en su mayoría, tienen capacidad de toma de decisión dentro de sus compañías.

---

<sup>1</sup> México exporta nuevos productos agropecuarios a 36 países. En países <http://sagarpa.gob.mx/saladeprensa/boletines2/Paginas/2010B584.aspx>. México, D.F., 28 de diciembre de 2010. Consultado el 29 de abril de 2014.

## **SOBRE PARTICIPACIONES DE ASERCA**

Para ASERCA/SAGARPA, La edición 2014, será la primera participación, para lo cual se abre convocatoria para 10 empresas mexicanas interesadas en participar en el pabellón mexicano que se montará con motivo de mencionado evento.

## **OBJETIVO DE PARTICIPACIÓN.**

El objetivo central del presente proyecto descriptivo 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 de Oceanía, mediante la participación en el Pabellón mexicano que se montará en el evento FINE FOOD AUSTRALIA 2014, 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 al incentivo.

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 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 los aditamentos (refrigerador, charolas, etc.) 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 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.*

**Material promocional.-** ASERCA adquirirá material promocional de apoyo, éste llevará impreso el logotipo 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 envío y manejo de los productos que las empresas deseen presentar en la exhibición y aquellos que serán donados para las degustaciones. Es indispensable que la empresa cuente con producto disponible para exhibir durante el evento, ya que ello reforzará el acercamiento entre la negociación con los posibles compradores e importadores. Para el presente evento las muestras se consolidarán en una Agencia Aduanal localizada en la Ciudad de México que se hará cargo del traslado de los productos –muestras- al “Melbourne Convention & Exhibition Centre, en Melbourne, Australia”.

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 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. Se compromete a enviar en tiempo y forma los documentos requeridos de conformidad a los requisitos y criterios de elegibilidad de las Bases Generales de Participación vigentes.
4. Acepta Informar sobre el avance de las negociaciones realizadas con los contactos establecidos en los eventos en que 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 en el evento.
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. Abril de 2014**