

16-04-2010 13:30:13

<http://www.alimentacion.enfasis.com/notas/16343-oportunidades-vincular-pymes-el-mercado-europeo>

Oportunidades para vincular a Pymes con el mercado europeo



El comportamiento de la producción agropecuaria en México es positivo y la relación comercial con otros países registra una importante expansión. En este sentido, la Unión Europea oferta un mercado potencial, cuya demanda identificó Proméxico, está en las bebidas alcohólicas, concentrados y conservas de frutas y hortalizas.

Redacción
Alimentaria México 2010

Según el Servicio de Información Agroalimentaria y Pesquera de la Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación (SAGARPA), las tendencias actuales indican que la producción de alimentos en México seguirá creciendo en el presente año. La producción agropecuaria durante 2009 registró una Tasa Media Anual de Crecimiento (TMAC) del 1.8%, de acuerdo con el más reciente reporte del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI). Este comportamiento positivo ha llevado a pronosticar que 2010 será un buen año para la producción de alimentos en el país.

Para la economía mexicana la industria alimentaria reviste una gran importancia. México posee la tecnología, la materia prima, la infraestructura y los procesos necesarios para brindarle al mercado nacional y mundial, alimentos seguros para su consumo y de excelente calidad.

Dentro del contexto macroeconómico, datos de Proméxico muestran que este sector, que incluye las bebidas alcohólicas, tiene un posicionamiento importante ya que del total de la industria de alimentos, aporta el 26.6% del Producto Interno Bruto (PIB) y el 27.75% del empleo. Por otra parte, de los principales productos exportados destacan la cerveza, los tomates, las legumbres, hortalizas frescas, granos, tequila y mezcal, chiles y pimientos, aguacate y otros productos agropecuarios que en total representan el 66% de todas las exportaciones de México en el sector.

En términos de comercio exterior, pese a estar enfocado en cuatro regiones: Asia, Europa, Latinoamérica y Norteamérica. Estados Unidos ha sido por muchos años el principal destino de las exportaciones mexicanas, pues 85% de ellas están orientadas hacia dicho mercado.

Sin embargo, el panorama ha ido cambiando, pues se han ido incrementando las exportaciones mexicanas a la Unión Europea (UE), un mercado de más de 455 millones de personas. En tanto, hay quienes también están en búsqueda de oportunidades en el continente asiático y particularmente China, un mercado compuesto por más de mil 300 millones de consumidores. Cabe señalar que El Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea (TLCUEM) y el Tratado de Libre Comercio entre México y la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) permiten el acceso a más de 31 países europeos. En total, México ha firmado 12 tratados y acuerdos comerciales con 44 países, lo que le permite tener acceso a millones de consumidores. Una ventaja que tiene grandes beneficios y que deberá ser aprovechada por la industria de alimentos y bebidas.

Y aunque el principal mercado de venta de los productos del campo mexicano sigue siendo

Estados Unidos, la relación comercial con otros países registra una importante expansión, sobretodo en estos momentos en que el consumo en el país del norte no recupera aún sus niveles previos a la crisis económica. Esta es una muestra de cómo los productores nacionales han volteado a buscar oportunidades en otras latitudes, empezando así a diversificar y a extender sus mercados externos. Asimismo, Proméxico destaca que en la UE se han detectado nichos de mercado sobre todo en el caso de bebidas alcohólicas, concentrados y conservas de frutas y hortalizas. En la actualidad, la UE es el segundo mayor mercado de México para la fruta fresca después de los Estados Unidos. Entre los productos exitosos en dicha región figuran cerveza de malta, tequila, carne de caballo, verduras y frutas congeladas o cristalizadas, salsas y confitería. Y entre los alimentos frescos se mencionan aguacate, frambuesas, zarzamoras, moras, café orgánico, camarón, lima prensa y mango.

Incorporando estrategias de mercado

Tomando en cuenta las oportunidades que está representando el continente europeo para el intercambio comercial, así como el contar con el Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea (TLCUEM), con el que se creó la primera zona de Libre Comercio entre Europa y el continente Americano, el Eurocentro México NAFIN, a través del programa de cooperación económica AL Invest IV, financiado por la Comisión Europea, realiza diversas actividades que contribuyen a vincular a la pequeña y mediana empresa con el mercado de consumo de la Unión Europea.

Tales actividades se llevarán a cabo en el marco de un evento donde los miles de visitantes que asisten disponen de un presupuesto anual de más de medio millón de dólares destinados a la adquisición de productos relacionados con la industria agroalimentaria. Esta será una alternativa para que los productores nacionales atiendan el mercado de exportación, diversifiquen sus destinos y logren crear vínculos comerciales a mediano y largo plazo.

"Las oportunidades para diversificar los mercados también pasan por los acuerdos comerciales con otros países. Hay alternativas interesantes gracias al gran número de Tratados de Libre Comercio con los que cuenta México que lo ubican en el segundo lugar a nivel mundial, y que representan ventajas para los productores nacionales, quienes cuentan con un marco jurídico que respalda su actividad", destaca Rodrigo Vázquez-Bracho, Director Comercial de Alimentaria México 2010, el foro internacional de negocios para el sector de alimentos y bebidas que se llevará a cabo del 1° al 3 de junio en el Centro Banamex de la capital mexicana.

Señala además que ante la pasada situación económica, para impulsar la recuperación del sector "los productores requieren de plataformas y estrategias que les permitan incrementar la presencia y visibilidad de sus empresas en los diversos mercados, obtener nuevos clientes o detectar posibles áreas de crecimiento en mercados internacionales, entre otras ventajas, y para ello están los foros internacionales de promoción e impulso para la industria de alimentos y bebidas".

Para el Eurocentro Nafin, México es el mercado más importante de América Latina en el sector de alimentos con un potencial de crecimiento enorme y una gran cantidad de nichos que aún no están aprovechados tanto en sectores medios y bajos, como en productos gourmet. Por ello, en un esfuerzo conjunto por apoyar a los pequeños productores y a las pequeñas y medianas empresas que buscan fortalecer sus negocios así como internacionalizar sus productos, Alimentaria México 2010 ofrecerá en el marco de la próxima edición la Rueda de Negocios que operará el Eurocentro Nafin México.

En este contexto, se alienta a la industria de alimentos y bebidas del país a aprovechar las oportunidades de negocio que puedan representar las ventas al exterior, con el objetivo de vincular a la pequeña y mediana empresa mexicana (Pymes) con el mercado de consumo de la Unión Europea.

Creado como Fideicomiso en 1995 por Nacional Financiera y la Comisión Europea, el Eurocentro Nafin México brinda atención especializada para asesorar, promover y fortalecer negocios entre Pymes de México, Centroamérica y Cuba con empresas de Europa. Esta plataforma les permite a Pymes de la región de América Latina participar en reuniones de negocios pre-agendadas con

posibles contrapartes europeas con el objetivo de identificar nuevos socios comerciales.

Para que las Pymes participen se requiere del llenado de un formulario de registro, que describe a la empresa y permite identificar cuáles son sus intereses a fin de poder ofrecer una participación exitosa. El perfil de todas las empresas será publicado en un catálogo, mismo que se dará a conocer a los participantes a fin de preseleccionar las contrapartes con las que deseen reunirse. Las citas de negocios serán confirmadas una vez que ambas partes hayan aceptado la reunión. Y tres días antes del evento, se entregarán a los participantes sus agendas personalizadas de reuniones de negocio.

A fin de garantizar la eficacia y especialización de la Rueda de Negocios, la actividad estará dirigida a las empresas europeas y latinoamericanas que se ubiquen en los siguientes sectores: Productos Orgánicos (Frescos y Procesados), Conservas, Alimentos del mar, Botanas y Confeitería.

Las reuniones tendrán lugar en el Stand del Eurocentro Nafin México, que fungirá como meeting point, con una duración de aproximadamente 20 minutos cada una, de la siguiente manera:

Junio 1, 2010 de 12:00 a 14:00 hrs. y de 15:30 a 18:00 hrs.

Junio 2, 2010 de 9:00 a 14:00 hrs. y de 15:30 a 18:00 hrs.

Junio 3, 2010 de 9:00 a 14:00 hrs. y de 15:30 a 16:00 hrs.