

PROYECTO DE PROMOCIÓN

PROGRAMA DE FERIAS INSTITUCIONALES Y MISIONES COMERCIALES **2009-2010**

A TASTE OF MEXICO JAPON 2009

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, el Acuerdo por el cual se establecen las Reglas de Operación de la SAGARPA, publicado el 31 de diciembre de 2008, considera 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, reemplazando al programa anterior denominado PROMOAGRO.

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 Comité Técnico Nacional de la SAGARPA, designó a ASERCA como Unidad Normativa y a la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones como Unidad Responsable y Ejecutora del "Programa Anual de Ferias Institucionales y Misiones Comerciales", 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 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 especializados en alimentos y productos del sector.

Es importante mencionar que las exportaciones agroalimentarias de México con el mundo, han mantenido una tasa media anual de crecimiento del 15.2% de 2000 a 2008 en comparación al período 1995-2000, cuando crecieron a una tasa anual media del 5.2%.

Coincidencia o no, el crecimiento de las exportaciones agroalimentarias de México concuerda con la creación 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 aumento y diversificó el número de participaciones en exhibiciones tanto de nuevas empresas y productos como de nichos de mercado.

Del 2007 a 2008 las exportaciones agroalimentarias de México alcanzaron un crecimiento del 13.85% con respecto a 2007, pasando de 14,806 millones de dólares estadounidenses, a 16,858 millones de dólares estadounidenses en 2008. (Fuente.- Banco de México)

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 alimentos en Japón.

Japón es la segunda economía más poderosa en materia de tecnología y la segunda después de EEUU respecto al poder adquisitivo de su moneda; sin embargo, su sector industrial es altamente dependiente de la importación de materias primas y combustibles. Actualmente Japón importa cerca del 60% de los alimentos que consume sobre una base calórica.

Respecto al mercado de alimentos, éste se encuentra en expansión: La tendencia al consumo de comida rápida ha incrementado, así como el consumo de alimentos importados y preparados al estilo occidental. Por ejemplo, el consumo de arroz per cápita por día, ha disminuido entre 1970 y 2000 en un 45%, mientras el consumo de carne durante el mismo período ha aumentado en un 35%. En 2004 el mercado de alimentos al por menor y servicios relacionados se estimaba en más de 600 mil millones de dólares y la industria de alimentos procesados se calculaba con un valor de \$200 mil millones de dólares, cifras comparables a las economías de Estados Unidos y la Unión Europea.

Para el 2004, México logro negociar compromisos en 796 líneas arancelarias que representan más del 99% de las exportaciones mexicanas a Japón. Acceso inmediato a la entrada de en vigor del Acuerdo para los siguientes productos: café verde, limón, brócoli fresco, aguacate, calabaza, guayaba, vino, albúmina, espárrago, mango, tomate, cebolla, berenjena, papaya, tabaco, tequila, pectina, ajo, col, leguminosas, mezcal, huevo. Acceso a mediano plazo (entre 3 y 7 años) para los siguientes productos: uva, café tostado, melón, brócoli congelado, salsas, fresa congelada, nuez, jugo de toronja, zanahoria, pimienta, espinaca, toronja, durazno, pera congelada, aceites de girasol, cártamo, ajonjolí, cacao en polvo sin azúcar y otros. Para largo plazo (10 años) se espera la entrada de los siguientes productos: plátano, harina de maíz blanco, vegetales preparados, mermeladas, jalea y frutas en conserva. Es importante mencionar los 5 productos con acceso preferencial a este mercado: carne de puerco, jugo de naranja, carne de res, carne de pollo, y naranja fresca.

En los productos pesqueros, logro negociar compromisos que representan casi el 80% de las exportaciones mexicanas a Japón, acceso inmediato libre de aranceles para los siguientes productos: atún aleta amarilla fresco y enlatado, camarón, algunos crustáceos y moluscos, pulpo, sardinas y calamares.

En los supermercados, tiendas departamentales y de conveniencia, se aprecia un incremento en la demanda de productos "ready-to-eat", incluyendo frutas con cáscara o fáciles de pelar como plátanos, o bien fruta cortada y lista para consumo.

El consumidor japonés es exigente y le interesa conocer la calidad nutricional, sanitaria y los beneficios a la salud que le proporcionan los alimentos. Al mismo tiempo, le preocupa el sabor y el aspecto. Sobre esto último, conviene destacar que por razones

culturales, los japoneses se sienten atraídos por platillos y productos cuya presentación sea armónica y con una adecuada combinación de colores. Productores y comercializadores mexicanos interesados en posicionar sus productos en Japón, debe tener presente que además de la calidad, el etiquetado y diseño del envase o empaquetado de sus productos será determinante para lograr la preferencia de los consumidores. Un aspecto de creciente importancia es la trazabilidad de los productos y predilección por los productos orgánicos.

Japón es el tercer importador de productos agroalimentarios del mundo, con importaciones anuales de alrededor de 50 mil millones de dólares de productos agroalimentarios y pesqueros. Gracias a la colaboración de ASERCA y JETRO (Japan External Trade Organization) se llevó a cabo un estudio del cual se desprende que la carne de res mexicana, entre otros productos, tiene grandes posibilidades de ganar participación en el mercado japonés. Actualmente ya existe una fuerte presencia de productos mexicanos como el aguacate, limón, sandías, melones y mangos.

En 2006, la carne de cerdo fue el cuarto producto de exportación mexicano a Japón al alcanzar un valor de 187.96 millones de dólares. La exportación de carne de cerdo representó el 6.6% del total exportado a Japón y en 2006, las exportaciones de fruta fueron el octavo producto mexicano exportado a Japón al registrar un monto de 121.11 millones de dólares, es decir el 4.29% del total exportado a Japón en el año de referencia.

El Acuerdo de Asociación Económica México-Japón (AAE) ha permitido el incremento del comercio bilateral. El AAE ha permitido consolidar a México como el primer socio comercial de Japón en América Latina, y ha convertido a Japón en nuestro cuarto socio comercial (después de EE.UU., la Unión Europea y China), al generar un comercio bilateral de 19,523 millones de dólares en 2007. El comercio bilateral total ha crecido 25% de 2005 a 2007

El año pasado, las exportaciones de México a Japón alcanzaron 3,163 millones de dólares, y gracias al acceso preferencial al mercado japonés que el AAE otorga a México, nuestras ventas a ese país se han incrementado a una tasa anual promedio de 11% desde 2005. Productos como carne de res y de cerdo, pulpo, camarones, harinas de pescado, plátano, mango, jugo de naranja congelado, tequila, asientos para automóvil, motores para vehículos, teléfonos, equipo médico, micrófonos, y circuitos modulares para aparatos electrónicos, han registrado tasas de crecimiento que van de 16% a más de 400%.

Entre los productos que más se exportan a Japón destaca, la carne de cerdo que ocupa al 41% del total de las exportaciones, luego el atún que representa el 14%, la carne de res el 10% y por último el aguacate con el 9%.

Con información de:

Australia-Japan Research Centre (AJRC), Asia Pacific School of Economics and Management (APSEM).

Enero 2003, "Japan Food Market Study". Resumen publicado en:

<http://www.rirdc.gov.au/reports/GLC/02-164sum.html>

Department of Primary Industries, State of Victoria, Australia, "Japanese Food Market Overview", en sitio:

[http://www.dpi.vic.gov.au/dpi/nrenti.nsf/93a98744f6ec41bd4a256c8e00013aa9/0520b652fcb82007ca257290007aab88/\\$FILE/FSJapan.pdf](http://www.dpi.vic.gov.au/dpi/nrenti.nsf/93a98744f6ec41bd4a256c8e00013aa9/0520b652fcb82007ca257290007aab88/$FILE/FSJapan.pdf)

JETRO-Mexico "Promoción de Productos Agropecuarios" en sitio:

<http://www.ietro.go.jp/mexico/actividade/agropecuarios/>

JETRO-Santiago "Sistemas de distribución y prácticas de frutas frescas en Japón" Japanese Tech & Market Magazine, Julio 200, en sitio:

http://www.jetro.go.jp/chile/revista_electro/revista200507_1.pdf
Economía UNAM, 2006., "México y Japón: una perspectiva del Acuerdo de Asociación Económica" Dr. Yasuhiro Tokoro., con datos de la Secretaría de Economía 2006
<http://www.ejournal.unam.mx/ecu/ecunam7/ecunam0703.pdf>
El Financiero, Sección Mercado, 21,01,2008., "Aumentan 18% las exportaciones mexicanas a Japón 2007"
<http://www.penaperez.com/noticias200803.htm>
Consejería Agropecuaria en Oriente con datos del Ministerio de Finanzas de Japón
SICE, Foreign Trade Information System. Acuerdo de Asociación Económica México-Japón
http://www.sice.oas.org/TPD/MEX_JPN/Studies/puntos_s.pdf
Secretaría de Relaciones Exteriores. Acuerdo de Asociación México- Japón
<http://portal.sre.qob.mx/japon/index.php?option=displaypage&Itemid=109&op=page&SubMenu=>

Sobre la exhibición.

"A Taste of Mexico-Odaiba, Tokio" se llevó a cabo por primera vez en 2004 y es un evento de degustación que regularmente se realiza dentro del programa de actividades para celebrar el Aniversario de Independencia de nuestro país en Japón durante el mes de septiembre, al que se denomina "Fiesta Mexicana" el cual es promovido por la Embajada de México en Japón en coordinación con las representaciones de otras Dependencias del Gobierno Mexicano. Además de la promoción de alimentos y gastronomía, también se realizan actividades de promoción turística, culturales, exposiciones fotográficas, conciertos, entre otras.

A "Taste of Mexico" organizado por SAGARPA a través de ASERCA y con apoyo de la Embajada y otras dependencias con representación en Japón, así como entes del sector privado, se desarrolla un programa de actividades diversas y muy exitosas: el objetivo de ASERCA es posicionar los productos agroalimentarios y pesqueros mexicanos en el mercado japonés y llegar a los consumidores finales a través de un festival gastronómico. Mediante la degustación, hombres de negocios del sector agroalimentario japonés y la población en general, pueden apreciar la apariencia, sabor y calidad de los nuestros productos.

El evento de degustación está conformado por tres actividades principales, dirigidas a públicos distintos. El primero es una Cena de Inauguración, a la que acuden alrededor de 300 invitados: altos funcionarios y cuerpo diplomático de México y Japón, empresarios de ambos países, importadores, representantes de restaurantes de comida Mexicana y hoteles, cámaras de comercio y organismos empresariales, además de otras personalidades.

El segundo evento es abierto al público y consiste en un *stand* de degustación que se monta en la plaza West Promenade de Odaiba, durante dos días, el cual es visitado por alrededor de 2000 personas. Entre los visitantes se encuentran importadores, restauranteros, comercializadores de alimentos y el público en general (consumidor final).

Finalmente, se ofrece a los principales chefs de restaurantes mexicanos y hoteles en Japón, un Seminario sobre preparación de comida Mexicana, con la participación de 60 asistentes.

Participación de productores nacionales en el 2008.

El evento se llevó a cabo en Odaiba, Tokio, Japón, del 20 al 22 de septiembre. Desde la edición pasada, el tema central ha sido el de los "Cárnicos". Ya que la exportación de

cárnicos, especialmente de cerdo, ha tenido un incremento significativo en los últimos tres años. Es por eso que se conjuntan esfuerzos con la ASOCIACIÓN DE EXPORTADORES MEXICANOS DE CARNE DE CERDO Y CARNICOS AFINES y la ASOCIACIÓN MEXICANA DE ENGORDADORES DE GANADO BOVINO (Mexican Beef) para fortalecer la promoción de estos productos.

Las bondades de los cárnicos fueron dadas a conocer a los consumidores, por profesionales del sector de la industria de alimentos e importadores a través de una cena para 150 personas en el Grand Pacific Odiaba, al cual asistieron distinguidas personalidades del sector de la industria de alimentos y funcionarios de ambos países, así como embajadores de distintos países de Latino América.

También se contó con un área de exhibición de 30m2 en la plaza West Promenade de Odiaba, con duración de dos días, visitado por alrededor de dos mil personas. Es un pasillo sobre la calle donde muchos mexicanos que viven en Japón aprovechan para dar a conocer así como degustar variedad de productos mexicanos, principalmente alimentos, trajes regionales, canciones, danzas, por lo que es una "Fiesta Mexicana" que llama la atención de todos los japoneses y asisten cada año.

Como actividad especial se impartió un taller de cocina Mexicana al cual asistieron 60 chefs.

Los productos que se promovieron en esta ocasión fueron: cortes de carne de res y de cerdo, aguacates, nopales frescos y procesados en vinagre y salmuera, tostaditas de maíz, salsas, tequila, limón mexicano y tomate.

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 en A Taste of Mexico, con el objeto de promover y posicionar cárnicos y otros alimentos en el mercado japonés, incentivando principalmente la aceptación del consumidor final y del sector dedicado a la elaboración de dichos alimentos.

A Taste of Mexico 2009

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 un espacio en el cual se montará el Pabellón de exhibición y lo necesario para llevar a cabo una degustación constante de los productos participantes, 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 se distribuirá de manera proporcional para colocar

las muestras; de forma visible, el módulo contará con el nombre y logo de la empresa o de la marca comercial de cada beneficiario.

Adicionalmente se acondicionará un área para la preparación y la degustación de los productos a exhibirse. El pabellón se adecuará con gráficos que resalten el tipo de productos a promocionarse, estando de acuerdo el expositor a presentarse de forma institucional como México.

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; el personal para la degustación se hará cargo de apoyar las tres actividades principales del evento: cena, degustación al público en la plaza de Odiaba y taller de cocina.

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 degustación. Es muy importante que la empresa envíe producto adicional para exhibir durante el evento ya que ello refuerza el acercamiento 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 a la Ciudad de Odaiba, Japón. Como parte de su envío, las empresas podrán enviar folletos y cualquier material que consideren pertinente para su distribución durante el evento.

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 "Taste of Mexico 2009" 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: