

## **PROYECTO DE PROMOCIÓN**

### **PROGRAMA DE EVENTOS Y EXPOSICIONES** **2008 (20)**

#### **BIOFACH 2008 – TOKIO, JAPÓN**

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, mediante Acuerdo por el cual se establecen las Reglas de Operación de la SAGARPA, publicado el 31 de diciembre de 2007, se incluyeron 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.

Asimismo, y de acuerdo con lo establecido en el Reglamento Interior de la SAGARPA y el Manual de Operación de ASERCA, el Comité Técnico Nacional en sesión del 14 de abril de 2008, acordó llevar a cabo el otorgamiento de los apoyos del componente Desarrollo de Mercados, a través de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de ASERCA.

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 propósito de ASERCA es 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.

Es importante mencionar que el comercio agroalimentario de México presentó una tasa media anual de crecimiento del 9.9% de 2001 a 2005 en comparación al sexenio anterior cuando las exportaciones del sector crecieron a una tasa anual media del 5.2%. El crecimiento del sexenio pasado concuerda con el inicio 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 aumentó y diversificó el número de participaciones en exhibiciones tanto de nuevas empresas y productos como de nichos de mercado. Del 2005 al 2006 alcanzó un crecimiento del 20% en las exportaciones agroalimentarias y pesqueras mexicanas con el mundo, pasando de 10,631 millones de dólares en 2005 a 12,749 millones de dólares en 2006. (Cifras elaboradas por ASERCA con base en datos del Banco de México hasta noviembre de 2006)

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.

### **Sobre la exhibición.**

BioFach es un evento de productos orgánicos, que se lleva a cabo en China, Brasil, Estados Unidos, Alemania y Japón anualmente. La primera edición de esta exposición en Japón tuvo lugar en el año 2001. Este año, se llevará a cabo la 8ª edición del evento del 24 al 26 de septiembre en la ciudad de Tokio, Japón.

BioFach Japan, es el único evento dirigido al mercado de productos orgánicos en ese país y representa una plataforma ideal para este tipo de producción. La selección de productos que se exhiben es muy amplia, pues además de alimentos y bebidas (frutas, hortalizas, lácteos, carne, congelados, comida para bebé, etc.) se ofrecen también cosméticos, artículos de higiene personal, textiles, remedios naturales y accesorios.

Aunado a la exposición, se realizan conferencias y talleres, así como encuentros de negocios. Los visitantes en su gran mayoría son compradores mayoristas de alimentos y bebidas, importadores y exportadores, representantes de supermercados, tiendas departamentales y de conveniencia, establecimientos especializados, banqueteros, consultores y empresarios manufactureros, autoridades de gobierno, entre otros. En 2007 se registraron 290 expositores provenientes de 19 países, y un total de 15,500 visitantes.

Como dato interesante, podemos rescatar los comentarios de los expositores, quienes coincidieron en que los visitantes y compradores japoneses tienen un vasto conocimiento sobre productos orgánicos y por lo tanto esperan información puntual y detallada sobre los productos en exhibición.

*Fuente: [www.biofach-japan.com/index](http://www.biofach-japan.com/index)*

### **El mercado de productos orgánicos en Japón**

Actualmente Japón ocupa el tercer lugar en el mercado mundial de productos naturales y orgánicos. Llevar un estilo de vida saludable y el consumo de orgánicos tuvo sus inicios en la década de los 70; en la actualidad la tendencia es cada vez más acentuada, lo cual responde a diversos factores, algunos de carácter cultural, por ejemplo el respeto que rinden los japoneses a la naturaleza y la importancia de la alimentación en sus tradiciones; otros, son producto de la modernidad, como la preocupación por evitar alergias y la disposición a pagar un precio más alto a cambio de productos de mayor calidad y sanidad, particularmente después de ciertos incidentes como los casos de encefalopatía espongiforme bovina (EEB o mal de las "vacas locas") e influenza aviar que se presentaron en los últimos años.

El Ministerio de Agricultura, Silvicultura y Pesca de Japón, modificó las reglas de certificación de productos orgánicos en 2001, imponiendo uniformidad y elevando los estándares para lograr la acreditación, lo que tuvo repercusiones importantes para los productores nacionales con escasa capacidad para suplir la demanda y abrió oportunidades a productores extranjeros.

Aún considerando que el mercado de orgánicos tiene una participación marginal en el mercado de alimentos japonés (0.35%), se estima que el mercado de productos orgánicos en Japón en 2005 tenía un valor de 600 millones de dólares, mientras que en el año 2000 equivalía a 350 millones de dólares, lo que implica un crecimiento del 58% y se proyecta que el seguirá aumento en los próximos años.

Entre los productos de mayor demanda se encuentran frutas y jugos de fruta orgánicos frescos, pulpas de fruta, verduras congeladas, alimentos de fácil preparación, miel y café; también resultan atractivas las innovaciones en productos orgánicos.

*Con información de: BioFach Japan 2007 (Sitio de Internet) <http://www.biofach-japan.com/>  
Embajada de México en Japón, "Principales productos mexicanos exportados a Japón.2006"  
[http://portal.sre.gob.mx/Japon/index.php?option=displaypage&Itemid=116&op=page&SubMenu=  
JETRO-Argentina "Alimentos orgánicos y el mercado de Japón" presentación del Sr. Kimihiko, 17 de julio  
de 2006, en <http://www.jetro.go.jp/argentina/prensa/seminarios/>  
Organic Consumer Association "Japan's Consumers are hungry for Organic"  
\[http://www.organicconsumers.org/organic/japan\\\_organic.cfm\]\(http://www.organicconsumers.org/organic/japan\_organic.cfm\)](http://portal.sre.gob.mx/Japon/index.php?option=displaypage&Itemid=116&op=page&SubMenu=)*

### **Participación de México en 2007.**

En 2007 ASERCA participó por primera vez en Biofach, durante su 7ª edición, realizada en Tokio, Japón. México se presentó con un pabellón mexicano en una superficie de exhibición de 110 m<sup>2</sup> en donde 11 empresas expositoras ofrecieron diferentes productos como café verde y tostado, jarabe de agave, jitomate, tabletas de nopal, nopal, mango orgánico deshidratado y miel de abeja.

Las empresas reportaron como resultado de su participación, ventas inmediatas por \$1,200.00 dólares, estiman tener ventas a corto plazo (seis meses) por \$352,215.00 dólares y a mediano plazo (un año) por \$620,500.00 dólares.

### **Objetivo.**

El objetivo central del presente proyecto es unir los esfuerzos de beneficiarios y ASERCA/SAGARPA, representado por la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, en una estrategia conjunta que les permita propiciar el establecimiento de relaciones comerciales con compradores mayoristas e importadores de productos orgánicos en Japón.

Para ello, la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, con el apoyo directo de la Consejería Agropecuaria de México en Japón, promoverá la participación de empresas exportadoras de productos orgánicos en este evento, con el fin de suscitar encuentros comerciales que generen ventas directamente con compradores mayoristas e importadores de productos orgánicos en Japón.

### **Participación de México en el 2008**

Para la edición 2008, ASERCA a través de su página web, las Asociaciones relacionadas con el sector agropecuario y pesquero mexicano, las Secretarías de Desarrollo Agropecuario y de Desarrollo Económico de los Estados, las Oficinas Regionales de ASERCA y de la SAGARPA, el Directorio de Agroexportadores y las bases de datos de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, lanzará la convocatoria de participación en el presente proyecto; para el cual se tiene considerado un espacio de exhibición de 120 m<sup>2</sup>, teniendo como margen mínimo satisfactorio de participación 8 empresas y como máximo 10.

Como parte del presente proyecto y encaminados al cumplimiento del objetivo, los beneficiarios que se integran a él, por interés y voluntad propia, aceptan que la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de ASERCA, con el monto correspondiente al Apoyo Federal y conforme a los tipos de apoyo estipulados en las Reglas de Operación vigentes, lleve a cabo lo siguiente:

**Espacio de exposición.**- ASERCA contratará con el Comité Organizador del evento 120 m<sup>2</sup>, espacio en el cual se construirá el pabellón, 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 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.

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.-** ASERCA proporcionará a los beneficiarios, dos gafetes por módulo de exhibición.

**Traducción.** ASERCA contratará el personal de apoyo necesario para apoyar a los empresarios mexicanos en la traducción japonés – español – japonés durante el evento.

**Material promocional.-** ASERCA adquirirá material promocional de apoyo. Es importante resaltar que el material promocional llevará impreso el logo 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 el 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 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 Exhibiciones y Convenciones de la ciudad de Tokio, Japón.

**Degustación.-** ASERCA contratará los servicios necesarios para la degustación de los productos en exhibición dentro del Pabellón de México.

**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 proyecto, 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 ferias, 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 formar parte del proyecto "Biofach Japón 2008" 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:

-----  
Empresa:

Representante Legal:

Firma:

-----  
Empresa:

Representante Legal:

Firma: