



# MERCADO DE ALIMENTOS ORGANICOS EN JAPON

Juan Pablo Campos

Daabon Organic Japan Co., Ltd.

Ciudad de Mexico, noviembre 26 de 2008



# Tabla de contenido:

- I. Introducción: *Referencia Grupo Daabon*
- II. Realidad del mercado Japonés para alimentos orgánicos hoy
- III. Oportunidades
- IV. Conclusiones

# LOCATION OF OUR PLANTATIONS



**BANANA**



**PALM**



**COCOA**



**COFFEE**

Islas de San Bernardo

**SANTA MARTA**

Barranqui

**GUAJIRA**

Marac

**MAGDALENA**

**CESAR**

**BOLIVAR**

Image © 2006 NASA  
© 2006 Europa Technologies  
Image © 2006 TerraMetrics





# DAABON GROUP



Daabon Deutschland

Daabon Japan

Daabon USA

Daabon Dominican Republic

Head Office

Daabon Australia

# Nuestros productos:

ORGANIC MOUNTAIN®



**ORGANIC RAW MATERIALS**  
オーガニック原料

- ORGANIC COFFEE (有機栽培コーヒー豆)
- ORGANIC INSTANT COFFEE (有機栽培インスタントコーヒー)
- ORGANIC TEA (有機栽培茶葉)
- ORGANIC COCONUT (有機栽培ココナツ)
- ORGANIC RAISIN OIL (有機栽培葡萄乾油)
- ORGANIC WOLFGAST (有機栽培ウルフガスト)

サンタ・マルタ  
コロンビア

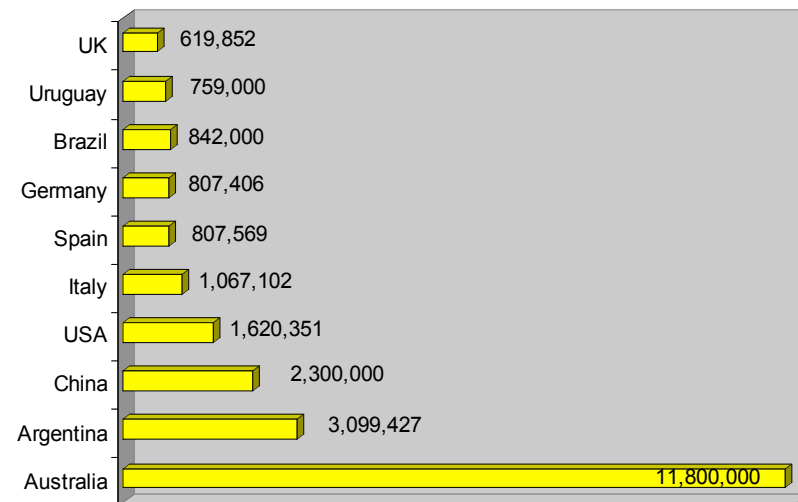
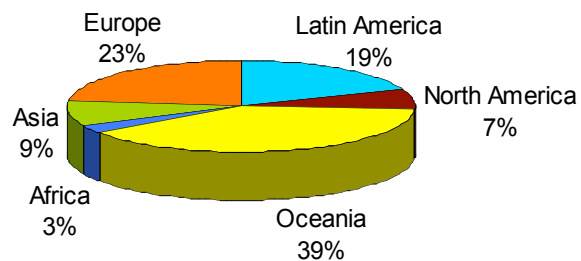
**ORGANIC FRUITS**  
オーガニック・フルーツ

- BANANA (バナナ)
- AVOCADO (アボカド)
- CHERRY (チェリー)
- PINEAPPLE (パイナップル)
- MANGO (マンゴ)
- BLEBBERRY (ブルーベリー)

From the soil to the market "土壌から市場まで"

Logos: DON HERRERA, SUTERA, AYOPO, JINCO, DAABON, Fresh Directions, BELAIR, Pacific Organic, GAI JAPAN.

# Estadísticas sobre áreas destinadas a la producción orgánica en el mundo



Ayer el Secretario nos contaba que México tiene ya 300,000 ha.  
Japón solamente tiene 30,000 ha.

## Como se compara Japón con el resto de los mercados del mundo:

- 95% de los consumidores orgánicos hoy están en U.S.A. y E.U.
- El mercado mundial para los alimentos orgánicos sobrepaso los 40 billones.
- Sin embargo Japón no es mas de U\$4 billones. Menos del 1% del mercado total de alimentos en ese país.
- Esto demuestra que Japón es todavía muy pequeño como mercado, pero al mismo tiempo demuestra que es una oportunidad de mercado.

- La ley orgánica Japonesa JAS fue promulgada apenas en el 2001.
- Japón depende en un 60% de la importación de alimentos.
- Hoy todavía, la industria esta compuesta de pequeñas tiendas orgánicas especializadas, cooperativas y algunos supermercados.

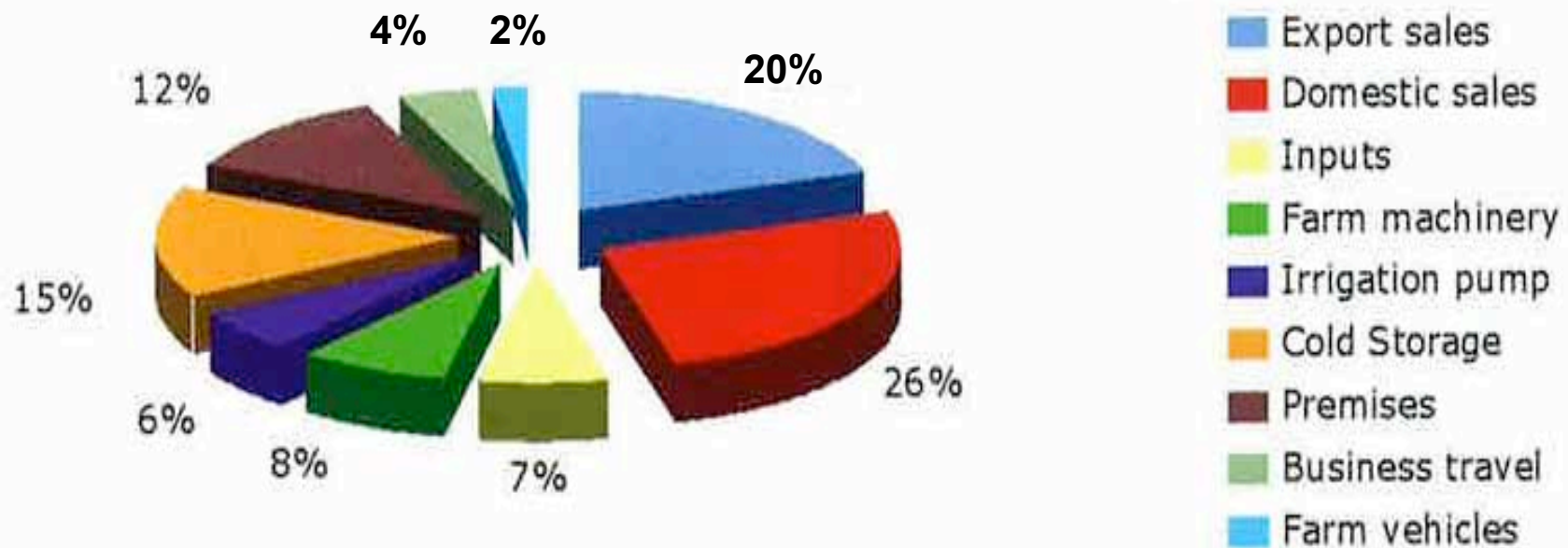


- No obstante, los Japoneses ven en el sello JAS, una garantía de no residualidad química.
- El motivador principal es la seguridad alimenticia mas que la salud. Segundo: medio ambiente.
- En consecuencia, hay que tener claridad que muchos clientes potenciales no necesariamente son empresas orgánicas.
- Las Cooperativas son un comprador ideal. Volúmenes, compras directas y comercio justo.

Reconocimiento de los sellos:



# Emisiones de carbón en la agricultura convencional y el CARBON FOOTPRINT.



# Conclusiones:

- Aunque el mercado es joven y pequeño, crece todos los años a más del 20%.
- Negociar con los Japoneses requiere de mucha paciencia y mucha persistencia.
- Requiere por ende de una decisión de empresa o Grupo productor de querer entrar al mercado Japonés.
- De México hoy, hay buenos ejemplos:
  - Banano orgánico
  - Aguacate orgánico
  - Mango orgánico
  - Café orgánico
  - Otros...