

FOODEX 2017

PROYECTO DESCRIPTIVO

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**), instrumenta estrategias para mejorar los ingresos de los productores, al incrementar su presencia en los mercados globales con acciones integrales para la promoción y certificación de productos agroalimentarios, con fundamento en el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2016, publicado en el Diario Oficial de la Federación, el cual contempla los incentivos Fomento a las Exportaciones e Inteligencia de Mercados del Componente de Promoción Comercial y Fomento a las exportaciones establecido en el Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados”.

En el Programa de Eventos Comerciales Nacionales e Internacionales 2016-2017, autorizado para la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de ASERCA, establece la Agenda y Calendarización de los Eventos Comerciales Nacionales e Internacionales para la promoción de las exportaciones en el periodo mencionado, sujetos a la disponibilidad presupuestal, acorde a los recursos asignados en el Presupuesto de Egresos de la Federación para el Ejercicio Fiscal 2016.

SAGARPA, por conducto de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de **ASERCA**, realiza eventos comerciales nacionales e internacionales cuyo objetivo es lograr la integración del productor a los mercados nacional e internacional; facilitar con incentivos el acceso de los productos agroalimentarios y pesqueros mexicanos 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 eventos especializados en alimentos.

Para los productores agroalimentarios y pesqueros mexicanos que participen en estos eventos comerciales nacionales e internacionales representa:

- Dar el primer paso para exportar;
- tener la oportunidad de diversificar sus exportaciones;
- contar con un instrumento idóneo para consolidar mercados y posicionar sus productos;
- identificar, conocer y evaluar a la competencia;
- conocer las innovaciones tecnológicas en el sector (maquinaria, empaques, presentación, etc.); y
- lograr un acercamiento directo con compradores potenciales que propicie el inicio o la consolidación de una relación comercial con sus productos.

Finalmente, la prioridad de estos incentivos es el desarrollo de actividades que permitan a los productores mexicanos obtener mayores beneficios y ventajas, en virtud de los nichos y ventanas de mercado identificados por las Consejerías Agropecuarias de México en el exterior.

INFORMACIÓN GENERAL DEL EVENTO

Foodex, se llevará a cabo del 7 al 10 de marzo de 2017, en el Centro de Convenciones y Exposiciones *Makuhari Messe*, en la ciudad de Tokio, Japón. Edición 42.

Es el evento mundial más importante para Asia-Pacífico, incluyendo Oceanía. Es la feria más visitada por alrededor de 76,532 clientes potenciales (post-show report 2016), interesados en la comercialización de alimentos y bebidas, y compradores potenciales de más de 78 países”.¹

Durante los cuatro días que dure el evento, se tiene proyectado la participación de alrededor de 3,197 expositores de más de 78 países, distribuidos en 3,711 stands. Este evento es un medio propicio para la concertación de apertura y cierre de negocios de manera directa, en la cual se brindan oportunidades de vinculación entre las empresas mexicanas y los compradores internacionales, principalmente japoneses. A su vez, la exposición permite conocer las tendencias y características del mercado, presentación de productos, preferencias y hábitos de los consumidores y los precios en el binomio compra-venta.

SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO

Actualmente Japón es la tercera economía más grande del mundo, después de los Estados Unidos y China, en términos de PIB nominal y poder adquisitivo. Es el segundo país con mayor equidad de ingresos per cápita, el sexto país exportador, octavo importador y miembro de la Organización de las Naciones Unidas, G8, G4 y APEC (Foro de Cooperación Económica Asia-Pacífico).²

Desde el inicio de las relaciones comerciales entre México y Japón se ha tenido un crecimiento en el comercio, en las exportaciones y un saldo superavitario en la balanza comercial agroalimentaria, gracias a los esfuerzos que ambos países realizan para entablar acuerdos eficientes en materia comercial, económica y de inocuidad. Ingresar al mercado japonés no ha sido una tarea fácil; sin embargo, ha sido garantía para conquistar otros mercados de Asia-Pacífico, ya que México es un importante proveedor de productos agropecuarios como: frutas, hortalizas, cárnicos y productos pesqueros para el mercado japonés, lo que ha beneficiado al mercado doméstico de este país, y a la vez ha permitido a los productores mexicanos diversificar sus exportaciones. “Cabe señalar que las exportaciones mexicanas de alimentos y bebidas a Japón han presentado una tendencia creciente a partir del 2006, y ha mantenido saldos superavitarios con un crecimiento promedio anual de 9%.”³

Durante el 2008, las exportaciones de México a Japón alcanzaron una cifra record de más de 762 mdd, monto que fue superado desde el año 2011 con un valor aproximado de 894 mdd y más tarde en el 2013 con más 1000 mdd. Lo anterior gracias a los esfuerzos comerciales de ambas economías, de los productores y empresarios mexicanos, acompañados por el Gobierno Federal, para cumplir con los requisitos en materia sanitaria y fitosanitaria que demanda uno de los mercados más exigentes del mundo. Para el año 2015, las exportaciones mexicanas a la nación del sol naciente, crecieron un 12%, pasando de 103 mil 588 millones de

¹ Foodex 2016. Post Show Report. En: <http://www.ima.or.jp/foodex/en/report/>. Consultada el 26 de octubre de 2016.

² Cortes Gómez-Rueda, Héctor. Foodex 2016. Manual para Expositores. Consejería Agropecuaria de México para Japón. Embajada de México en Japón. Chiba. Japón. Marzo de 2016.

³ Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación SAGARPA. Consejería Agropecuaria de México en Japón. Embajada de México. Reporte Ejecutivo “Foodex 2016”. Marzo de 2016. Tokio, Japón. Pp 3-8

yenes a 115 mil 880 millones de yenes; 12 mil 291 millones de yenes más que en el año 2014, derivado de un crecimiento en volumen en la mayoría de los rubros: carne de cerdo 10.5% (+6,619 toneladas); carne de res 2.3% (+341 toneladas); atún 21.5% (+1,202 toneladas); camarón congelado 36.8% (+150 toneladas); calabaza Kabocha 5.6% (+2,336 toneladas); aguacate 5.4% (2,832 toneladas); plátano 40.4% (+1,234 toneladas); limón persa 9% (+179 toneladas); café 13.3% (+154); jugo de naranja 9.4% (+1,092 toneladas); cerveza 14.9%; vino 14.4%; y tequila y mezcal 15.7%; con respecto a 2014.⁴

Por la importancia que tiene el mercado japonés para México y dada la relevancia de Foodex como la Exposición Internacional de alimentos y bebidas más importante de Asia y la cuenca del Pacífico, la participación de nuestro país en este evento ofrece una excelente oportunidad para los empresarios asistentes.

Durante los cuatro días que duró el evento, participaron alrededor de 3,197 expositores de más de 78 países y regiones en 3,711 módulos de exhibición.⁵

Foodex, además de ser un medio para propiciar la generación y cierre de negocios de una manera directa, brindando oportunidades de vinculación, entre los exportadores mexicanos y los compradores internacionales principalmente japoneses, también permite conocer las tendencias y características del mercado, presentación de los productos, preferencias de los consumidores, hábitos de compra y precios. Este evento puede utilizarse también para hacer presencia, a fin de conservar y satisfacer las demandas de los clientes y diversificar compradores.

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 japonés.

Productos Cárnicos

Todas aquellas empresas interesadas en el mercado japonés, tienen que cumplir con los requerimientos de Certificación Tipo Inspección Federal (TIF) y encontrarse habilitadas para exportación, es decir deberán de aparecer en el listado MAFF/SENASICA autorizadas para exportar a Japón, en el siguiente link se encontraran la lista de los Establecimientos que ya cumplen con los requerimientos y ser considerados para participaciones. <http://www.maff.go.jp/aqs/tetuzuki/facility/pdf/mx.pdf>

⁴ Ibid. 4/7

⁵ Op. cit. Foodex 2016. Post Show Report. En: <http://www.jma.or.jp/foodex/en/report/>. Consultada el 26 de octubre de 2016.

Productos Frescos

Existe asimismo un listado de plagas que pueden estar contenidas en algunas plantas. Las plantas deben ser sometidas a controles de crecimiento en los países exportadores para ser permitido su ingreso a Japón.
<http://www.pps.go.jp/english/law/list1.html>

Es importante citar que existen dos planes de trabajo que deben de ser cubiertos por posibles empresas interesadas en exportar mango y cítricos

- Plan de trabajo para la exportación de cítricos de México a Japón
- Procedimientos cuarentenarios para la exportación de mango mexicano a Japón
<http://www.senasica.gob.mx/?id=4704>

**No se pueden exportar productos del Estado de Chiapas*

Productos Alimentos Procesados

Para los productos procesados es importante que a través de un laboratorio reconocido por ambas partes se lleven a cabo análisis de laboratorio; se cuente con proceso de producción, lista de aditivos y porcentajes.
<http://www.mhlw.go.jp/topics/yunyu/5/dl/m2.pdf>

En Japón, existe la Ley de Estandarización y Etiquetado de Productos Agrícolas y Forestales, que tiene como propósito establecer los estándares adecuados de estos productos para su difusión, mejoramiento de la calidad, racionalización de la producción y del consumo, simplificación de la distribución y protección de la sobreexplotación de los recursos naturales.

Todos los productos alimenticios que se exportan a Japón, independientemente de su origen, están sujetos a las diferentes normativas de etiquetado. Estas normativas exigen como requisito básico para su comercialización un **etiquetado en japonés**, que incluya igualmente un listado con los **siguientes elementos**:

- Nombre del producto.
- Lista de ingredientes.
- Lista de aditivos.
- Peso neto.
- Fecha de caducidad.
- Método de conservación.
- País de origen.
- Nombre y dirección del importador.

Bebidas Alcohólicas

La importación de las bebidas alcohólicas es regulada por la ley de Sanidad Alimenticia y la Ley de Impuestos a Bebidas Alcohólicas.

1. Ley de Sanidad Alimentaria-“Food Sanitation Law”

La Ley de Sanidad Alimenticia fue puesta en ejecución por el Ministerio de Salubridad de Trabajo y Bienestar Social. Establece normas para la importación de alimentos y bebidas a Japón.

La Ley de Sanidad Alimenticia prohíbe principalmente la importación de alimentos que contengan sustancias tóxicas, o que representen un riesgo potencialmente tóxico para la salud humana. Cabe mencionar que los importadores podrán ser sujetos a penas judiciales en caso de que en las bebidas sea detectado el uso de hierbas u otros ingredientes aprobados para uso únicamente farmacéuticos estos según lo establecido en la Ley Farmacéutica “*Pharmaceutical Affair Law*”.

2. Ley de Impuestos sobre Bebidas Alcohólicas -“*Liquor Tax Law*”

Para la importación de bebidas alcohólicas con fines de comercialización es obligatorio contar con una licencia de comercialización de las mismas. Además será necesario realizar el pago de los impuestos a bebidas alcohólicas según se detalla en el apartado 2.2 de “Formas de aplicación de impuestos”.

La comercialización de bebidas alcohólicas está sujeta a las siguientes leyes:

- “*Liquor Tax Law*”
- Ley de Sanidad Alimenticia - “*Food Sanitation Law*”
- Ley de Medida - “*Measurement Law*”
- Acta contra Representaciones Injustificables y Engañosas - “*Act Against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations*”
- Ley para la Promoción de la Efectiva Utilización de Recursos - “*The Law for promotion of Effective Utilization of Resources*”

Etiquetado

La comercialización de Tequila en Japón se deberá apegar a la ley de “*Food Sanitation Law*” y a la “*Measurement Law*”. Tanto los importadores como los distribuidores son responsables de indicar la siguiente información en las etiquetas del producto:

- | | |
|------------------------|--|
| 1. Nombre del Producto | 4. Nombre del Importador |
| 2. Grados de Alcohol | 5. Dirección del Importador y país de origen |
| 3. Contenido | 6. Advertencia de prohibición del consumo: |

A pesar de no ser obligatorio el uso de etiquetas en japonés, salvo lo indicado en la parte superior, se aconseja que el productor utilice una etiqueta en dicho idioma que incluya información sobre el sabor del producto y tiempo de añejamiento para que el consumidor entienda de manera accesible las características del producto que se está ofreciendo.

Productos Pesqueros

Los principales requisitos para permitir su ingreso a Japón está dado por la presentación, junto al producto a exportarse, de un certificado que garantice que la planta en la que ha sido procesado cuenta con una habilitación sanitaria.

En el caso específico de las especies calamar y camarón, es prohibido el uso de antibióticos como:

- Cloranfenicol
- Frazolidona
- Furaltadona
- Nitrofurazone
- Nitrofuratoina

Es importante mencionar que la información anteriormente mencionada no es exhaustiva. En caso de que exista alguna duda en específico sobre su producto, le solicitamos amablemente contacte al personal de ASERCA para los detalles.

PERFIL DEL VISITANTE

Foodex es la exposición más grande de Asia dedicada a la comida y bebidas en Japón y en el resto del mundo.

En esta edición y a lo largo de 4 días de exposición, se espera que asistan unos 77,000 compradores de empresas de servicios de alimentos y bebidas; de distribución, comercializadores, empacadores, de transporte, etc; en especial, se prestará atención a la expansión de las oportunidades de negocios a nivel internacional tras la activación del Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica del cual Japón y México son parte.

Foodex en su edición 42, es un evento con una alta profesionalización y de acceso restringido al público general, transformándolo en el lugar idóneo para realizar contactos serios y proyectar negocios con Japón. 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. Entre ellos se encuentran especialistas de comercio al por menor, distribuidores, compradores y ejecutivos de la industria hotelera, de banquetes y entretenimiento, además de tiendas de autoservicio y de conveniencia, entre otros. La edición 2016 contó con la participación de 76,532 visitantes.

PERFIL DEL PARTICIPANTE

Productores con experiencia en el mercado asiático, con capacidad exportadora, principalmente de productos procesados, bebidas espirituosas, cárnicos, pescados y mariscos, frutas y hortalizas. En este evento se presentan las marcas más importantes y de mayor prestigio. Con una gran participación internacional.

Generalmente los participantes que conforman el pabellón de México buscan diversificar sus productos, identificar a nuevos clientes, incrementar sus ventas, concretar coinversión con empresarios enfocados en el sector agroalimentario, buscar representantes y distribuidores y promoción para la venta de sus productos.

SOBRE PARTICIPACIONES DE ASERCA

En 2016 ASERCA contó con la presencia de 70 empresas nacionales provenientes de 20 estados de la república mexicana, las cuales reportaron ventas estimadas totales por 116 mdd; se establecieron 318 enlaces comerciales y se promovieron productos como: tequila, mezcal, licores a base de tequila, cerveza, carne de res con y son hueso (distintos cortes), lengua y vísceras de res, carne de puerco, erizo de mar, semilla y harina de chíá, harina de nopal, miel, semilla y aceite de ajonjolí, aceite de aguacate y aguacate, entre muchos otros.

Cabe mencionar que Foodex se ha convertido en el evento internacional más importante del sector alimentos y bebidas que se lleva a cabo en el área Asia/Pacífico. ASERCA, ha participado en el evento a partir de 1998.

En la edición anterior, se identificaron nichos de mercado para la larva de abeja en polvo.

PABELLÓN DE MÉXICO

En la edición 2017, ASERCA apoyará la participación de 70 productores del sector agroalimentario.

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.

Construcción del 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 o congelador 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 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 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, 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.

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. 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 Centro de Convenciones y Exposiciones *Makuhari Messe*, en la ciudad de Tokio, Japón.

Gafetes de ingreso

ASERCA proporcionará a los beneficiarios **dos gafetes por módulo de exhibición**. Es condición en todos los casos que asistan personas con relación laboral de la empresa o la persona física sujeta del apoyo.

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.

CONSIDERACIONES DE PARTICIPACIÓN

Todos aquellos que se adhieren al presente proyecto como beneficiarios deberán:

- Aceptar por voluntad propia los alcances del presente Proyecto Descriptivo.
- Es responsabilidad de cada productor participante contar con la documentación migratoria vigente, o en su caso, realizar el trámite correspondiente para su participación en el evento y su estancia legal en país donde se desarrollará el evento.
- La Unidad Productiva Participante (persona física o moral) cubrirá los costes relativos a transporte, hospedaje, alimentación y viáticos; mismos que deberá de tramitar y cubrir por cuenta propia para su participación en lugar designado para la realización del evento.
- Cumplir con el Programa de Actividades del evento, incluyendo la entrega de gafetes y montaje de muestras, ambas actividades a llevarse a cabo un día antes de dar inicio a la exposición.
- No contar con referencias negativas de participaciones anteriores, como son cancelación sin previo aviso, cancelación sin causa justificada o incumplimiento de los acuerdos establecidos, no cumplir con el Programa de Actividades del evento; así como no contar con referencias negativas como beneficiario de apoyos de cualquiera de los programas de la SAGARPA.
- Enviar en tiempo y forma los documentos requeridos de conformidad a los requisitos y criterios de elegibilidad señalados en las Reglas de Operación vigentes de la SAGARPA del Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados.
- Aceptar informar sobre el avance de las negociaciones realizadas con los contactos establecidos en los eventos en los 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.
- Entregar el último día del evento al personal de la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones, el formato de “Evaluación de Participación” (encuesta de salida), debidamente requisitado.

Ciudad de México, noviembre de 2016.