

## FOODEX 2016

### 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 2015, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 3 de diciembre de 2014, el cual contempla los incentivos de promoción comercial y fomento a las exportaciones del Programa de Comercialización y Desarrollo de Mercados Agropecuarios.

En el “Programa de Eventos Comerciales Nacionales e Internacionales 2015-2016”, autorizado para la Coordinación General de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de **ASERCA** el 21 de septiembre de 2015, 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 2015.

**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 con productos de calidad; facilitar con incentivos el acceso de los productos agroalimentarios y pesqueros mexicanos a mencionados mercados, 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 comerciales nacionales e internacionales especializados en alimentos y productos del sector.

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

- Ser 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).
- 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.

## SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO

Las exportaciones mexicanas de alimentos y bebidas a Japón han presentado una creciente tendencia a partir de 2006, manteniendo saldos superavitarios y crecimientos continuos en la balanza comercial, así como un crecimiento promedio anual de 12% en las exportaciones, principalmente en carne de cerdo (9%); aguacate (15%); calabaza japonesa o *kabocha* (2002%); espárrago (20.7%); camarón congelado (13.3%); y atún aleta azul (25.4%), entre otros.<sup>1</sup>

Asimismo, por lo que se refiere al mercado de bebidas, a pesar de que Japón es un consumidor bajo en tequila y mezcal, se ha promovido el consumo de dicha denominación de origen por medio de seminarios, cursos de sommelier, eventos, exposiciones y exhibiciones internacionales de bebidas, entre otros.

Durante 2008, las exportaciones de México a Japón alcanzaron una cifra record de 763 millones de dólares, monto superado desde 2011 con un valor aproximado de 894 millones de dólares y en 2012, con casi 1,000 millones de dólares. Lo anterior gracias a los esfuerzos comerciales de ambas economías, de los productores y empresarios mexicanos, junto con el Gobierno Federal, para cumplir con los requisitos en materia sanitaria y fitosanitaria que demanda uno de los mercados más exigentes del mundo. Dichas exportaciones representaron un incremento en valor comercial de 76 millones de dólares y un cambio porcentual aproximado de 8.52% con respecto a 2011. Asimismo, la dependencia que tiene Japón en el abastecimiento de sus alimentos de las importaciones, se convierte en una oportunidad que aún no ha sido suficientemente aprovechada por nuestros productores para incrementar y diversificar sus exportaciones.<sup>2</sup>

Por la importancia que tiene el mercado japonés para México y dada la relevancia de FOODEX JAPAN, la participación de nuestro país en este evento ofrece una excelente oportunidad para la diversificación de nuestro mercado, por ser la Exposición Internacional de Alimentos y Bebidas más importante de Asia y la Cuenca del Pacífico, al ser visitada por alrededor de 77,361 personas interesadas en la comercialización de alimentos (2015 Show Report), lo que permite la interacción directa entre los expositores con compradores de todo el sector, minoristas y mayoristas, comercializadoras, importadoras, industria manufacturera y de servicios.

## 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.

<sup>1</sup> Reporte Ejecutivo “Foodex-Japón 2014”, Secretaría de Agricultura, Ganadería, Desarrollo Rural, Pesca y Alimentación SAGARPA, Consejería Agropecuaria de México en Japón, Embajada de México, marzo de 2014. Tokio, Japón, p. 3-7.

<sup>2</sup> *Ibid*, 4/7.

## 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 encuentra la lista de los establecimientos que ya cumplen con los requerimientos y son considerados para participaciones:

<http://www.maff.go.jp/aqs/tetuzuki/facility/pdf/mx.pdf>

## Productos Frescos

En la actualidad, la autoridad japonesa prohíbe la importación de aquellas plantas que, en caso de que entraran al país y se difundieran, ocasionarían graves daños a los productos agrícolas locales, debido a que alojan enfermedades y plagas que no se han manifestado en Japón y cuya presencia sería difícilmente detectada por una inspección de importación. Las principales enfermedades y plagas que dan lugar a la prohibición para la importación se pueden consultar en:

<http://www.pps.go.jp/english/law/list1.html>

Existe asimismo un listado de plagas que pueden estar contenidas en algunas plantas, las cuales 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:<sup>3</sup>

- 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>

## 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 un 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**:

---

<sup>3</sup> No se pueden exportar productos del Estado de Chiapas.

- 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

No se debe utilizar un **etiquetado ambiguo**, por ejemplo, en algunos establecimientos no se admiten calificativos que no se pueden certificar como es el caso del calificativo “natural”.

Únicamente los **aditivos aprobados** por el Ministry of Health, Labour and Welfare (MHLW) podrán utilizarse en los alimentos vendidos en Japón. Consúltese:

<http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/foodadditives/index.html>

### 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 y establece normas para la importación de alimentos y bebidas a Japón; 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 farmacéutico, esto según lo establecido en la Ley Farmacéutica (*Pharmaceutical Affair Law*).

En el Artículo 27 de la Ley de Sanidad Alimenticia se establece que el importador deberá presentar la forma de Notificación de Importación de Alimentos (*Notification Form for Importation of Foods*). Previa importación a la estación cuarentenaria en el puerto de entrada. Por lo tanto, es necesario que se realice un análisis del producto para verificar que no se incurre en una violación a la ley. Los análisis se pueden realizar en laboratorios autorizados por el **MHLW** en el país de origen, la información sobre los mismos esta enlistada en la siguiente página Web:

<http://www.mhlw.go.jp/topics/yunyu/5/dl/m2.pdf>

## 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. 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:

### I. *Liquor Tax Law*

Para poder importar o comercializar bebidas alcohólicas a Japón es necesario contar con alguna de las siguientes licencias, tanto para mayoristas como para minoristas.

- a) Licencia para mayoristas para importar bebidas alcohólicas: Esta licencia cubre la venta del producto para mayoristas y no para minoristas. Excluye productos fabricados en Japón.
- b) Licencia para mayoristas para vender bebidas alcohólicas: Licencia que cubre la venta del producto para mayoristas y no para minoristas. Incluye productos producidos en Japón.
- c) Licencia para minoristas para vender bebidas alcohólicas: Con esta licencia se pueden vender bebidas alcohólicas directamente al consumidor o en su caso a restaurantes, bares, entre otros. Con esta licencia no se puede vender a mayoristas a menos que sea el mismo mayorista quien haya importado el producto, en cuyo caso si podrá vender a minoristas.
- d) Licencia para venta por correspondencia: En este caso se podrán vender bebidas alcohólicas embotelladas, por correo (catálogo o vía Internet, etcétera.) Para obtener esta licencia es necesario cumplir con la regulación de oferta y demanda, que la marca tenga importaciones menores a 100 kilolitros, además de pertenecer a la Asociación de Ventas por Correspondencia y tener experiencia en este rubro por más de dos años.

### II. *Ley de Sanidad Alimenticia (Food Sanitation Law)*

Esta ley prohíbe la venta de productos bebidas alcohólicas que sean inseguras para la salud humana o productos que contengan sustancias tóxicas o dañinas para la salud. Además, prevé que para la venta al público de productos alimenticios, es necesario que el empaque del producto esté etiquetado conforme a las regulaciones de la *Food Sanitation Law*. En el apartado de etiquetado se especifica la información requerida.

### III. *Ley de Medida (Measurement Law)*

Establece que los productos alimenticios dispuestos en empaques o contenedores para su venta deberán especificar el contenido neto en la etiqueta.

IV. Acta contra Representaciones Injustificables y Engañosas (*Act Against Unjustifiable Premiums and Misleading Representations*)

En esta Acta se establece la prohibición del uso de etiquetas inapropiadas que exageren las propiedades del producto o que contengan información que pueda causar confusión en el consumidor en cuanto a la naturaleza y las cualidades del producto. De la misma manera, prohíbe escribir el lugar de origen del producto de forma que pueda causar confusión en el consumidor.

V. Ley para la Promoción de la Efectiva Utilización de Recursos (*The Law for promotion of Effective Utilization of Resources*)

Según la Ley, tanto los importadores como los consumidores tienen la responsabilidad de reciclar las botellas de bebidas alcohólicas. Reciclar botellas de color tiene un grado mayor de dificultad a la hora de reciclar, ya que sus usos son limitados. Por tal motivo, los productores locales trabajan para utilizar botellas sin color. No obstante, no existe ninguna restricción que no permita la comercialización de bebidas alcohólicas en envases de color.

### Etiquetado

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

1. Nombre del Producto: Indicando la clasificación a la que pertenece y el nombre de la bebida. El caso del tequila se deberá indicar "SPIRITS (Tequila)".
2. Grados de Alcohol: Por lo general el tequila comercializado en Japón es de 40 grados (40%).
3. Contenido: El contenido deberá ser expresado en mililitros (ml) o litro (l).
4. Nombre del Importador: Nombre completo de la compañía importadora.
5. Dirección del Importador: Dirección completa de la compañía importadora.
6. País de origen.
7. Advertencia de prohibición del consumo:
  - Para menores de 20 años.
  - Daños al feto por el consumo durante el embarazo.
  - Daños al infante por el consumo durante la lactancia.

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 y deberá incluir 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.

La Fundación para la Investigación de Productos Químicos en los Alimentos de Japón fue creada con la finalidad de contribuir a la inocuidad de los alimentos y al mantenimiento y mejora de la salud de las personas a través de diversas actividades.

## Normas para el envasado

Todos los envases que contengan alimentos deberán ser diseñados de tal forma que el cobre, plomo o las aleaciones que contengan no se desprendan o desechen.

- Contenido permitido de plomo en capa metálica de la lata: menor de 5%.
- Contenido de metales que pueden ser usados para fabricar envases de alimentos en lata:
  - Plomo: menos del 10%.
  - Antimonio: menos del 5%.
- Soldadura para la fabricación o reparación de los envases y embalajes:
  - Plomo: menos del 20%, pero cuando se aplica al exterior de las latas de conservas, el 98% o menos para su uso en latas sanitarias, y el 60% o menos en otras latas.

Los electrodos que se apliquen en un envase con dispositivos que emplean una corriente eléctrica directamente a los alimentos, sólo pueden ser de hierro, aluminio, platino o titanio. El acero inoxidable puede ser utilizado cuando la corriente eléctrica que fluye a los alimentos es insignificante.

En el caso de los colores químicos sintéticos, los envases sólo pueden contener aquellos listados en el apéndice 2 del Reglamento de la Ley de Sanidad Alimentaria.

En cuanto a las resinas sintéticas que usan cloruro de polivinilo, para cualquier envase en contacto con grasas y aceites alimenticios y alimentos que contengan ingredientes aceitosos, no se admitirán resinas sintéticas utilizando cloruro de polivinilo como su principal componente.

## Niveles máximos permitidos de productos químicos y contaminantes

El Ministerio de Salubridad de Trabajo y Bienestar Social, a través del Departamento de Inocuidad Alimentaria, introdujo en el 2006 un sistema de lista positiva de residuos químicos agrícolas que quedan en los alimentos, como son los pesticidas, aditivos para alimentos y medicamentos veterinarios, para lo cual se estableció lo siguiente:

- Un cierto límite que no debería plantear efectos adversos para la salud, en lo sucesivo denominado “el límite uniforme”.
- Designar las sustancias que no acarrear efectos adversos para la salud, en lo sucesivo como “sustancias prohibidas”.
- Niveles máximos de sustancias químicas que pueden permanecer en los alimentos con el fin de proteger la salud pública y una correcta aplicación del sistema de lista positiva.

## Límites Máximos de Residuos (LMR)

La Fundación para la Investigación de Productos Químicos en los Alimentos de Japón brinda una lista completa de los residuos químicos que están actualmente permitidos, clasificándolos de acuerdo con los siguientes tipos de alimentos en los que pueden estar contenidos:

- Cultivos
- Animales, incluidos los peces
- Alimentos procesados
- Aguas minerales

Consúltese <http://www.mhlw.go.jp/english/topics/foodsafety/positivelist060228/index.html>

### **Productos Pesqueros**

Los principales requisitos para permitir su ingreso a Japón, está dado por la presentación de un certificado, junto al producto a exportarse, 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, está prohibido el uso de antibióticos como:

- Cloranfenicol
- Frazolidona
- Furaltadona
- Nitrofurazone
- Nitrofuratoína

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

### **INFORMACIÓN GENERAL DEL EVENTO**

La edición 41 de FOODEX JAPAN se llevará a cabo del 8 al 11 de marzo de 2016 en el Centro de Convenciones y Exposiciones Makuhari Messe, en la ciudad de Tokio, Japón.

*FOODEX JAPAN 2016 Exposición Internacional de Comidas y Bebidas*, es el evento mundial más importante para Asia-Pacífico y el tercero en su tipo a nivel internacional, al haber sido visitada en su edición anterior por 77,361 clientes registrados e interesados en la comercialización de alimentos y bebidas, y compradores potenciales de más de 79 países y regiones, entre los que se incluyen países de Europa, Medio Oriente, África, Asia, Oceanía y América.<sup>4</sup>

### **Perfil del visitante**

Estarán presentes 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.

---

<sup>4</sup> 2015 Show Report. En: <http://www.jma.or.jp/foodex/en/report/>. Consultada el 6 de noviembre de 2015.

## **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. El nivel de los expositores es profesional, ya que en este evento de calidad mundial, se presentan las marcas más importantes y de mayor prestigio.

## **Participaciones de ASERCA**

En 2015 contó con la presencia de 68 empresas nacionales provenientes de 21 estados de la República Mexicana, las cuales reportaron ventas estimadas totales por 63 millones 264 mil 700 dólares; se establecieron 432 contactos comerciales y se promovieron productos como: Tequila, mezcal, aguacate, aceite de aguacate, carne de res, carne de cerdo, miel, jarabe de agave, aceite de limón, aceite de argán, inulina, jarabe de agave, semilla de chía, harina de chía, fresa, mango, papaya, nuez, tuna, orégano, jícama, arándano, zarzamora, frambuesa, tomate, chile jalapeño, ajonjolí, crema de ajonjolí, aceite de ajonjolí, mermeladas, salsas, albumina de huevo en polvo, huevo entero de polvo, yema de huevo, camarón, chile jalapeño, limón y carambolo, entre otros productos.

En la edición anterior, se identificaron nichos de mercado para la masa empleada en la elaboración de tortillas y tamales al alto vacío.

## **PABELLÓN DE MÉXICO**

### **Espacio de exposición**

ASERCA apoyará la participación selectiva y limitada de hasta 70 productores del sector agroalimentario, para lo cual se contratará el espacio donde 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 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 el país donde se desarrollará el evento.
- La Unidad Productiva Participante cubrirá los costes relativos a transporte, hospedaje, alimentación y viáticos; mismos que deberá de tramitar y cubrir por cuenta propia para su participación en el lugar designado para la realización del evento.
- No contar con referencias negativas de participaciones anteriores, como son cancelación sin previo aviso, cancelación sin causa justificada o incumplimiento de los acuerdos establecidos; 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.
- 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 2015.

