

Exportar Alimentos y Bebidas a Alemania

Reseña: Violeta Morales V.



Dentro de la serie de Eventos «MÉXICO EXPORTA A EUROPA», Camexa Servicios, S.A. de C.V., empresa filial de la Cámara Mexicano-Alemana de Comercio e Industria, A.C., organizó el pasado 21, 22 y 24 de junio el «Seminario para Exportar Alimentos y Bebidas a Alemania»

Este evento, apoyado por el Gobierno Alemán, promueve y fomenta la participación de las empresas mexicanas para aprovechar mejor las oportunidades que ofrece el mercado alemán como puerta de entrada a Europa.

El seminario contempló un día completo con múltiples ponencias así como talleres específicos enfocados a los sec-

tores: miel, frutas / verduras procesadas y frescas, bebidas alcohólicas, café, dulces, pescado y mariscos, productos orgánicos, salsas y comidas preparadas, aloe vera y productos naturistas, carnes, jugos y concentrados, en los que se dio orientación teórica y práctica acerca de las exportaciones a Alemania y las oportunidades existentes. Los problemas o barreras que los exportadores potenciales pudieran encontrarse así como experiencias y dudas de los asistentes; todo esto complementado por expertos del sector.

El Ing. Enrique Guillemín en su Ponencia sobre Aduanas explicó que lo primero que se necesita para exportar un producto es un transporte adecuado.

Mencionó que el pedimento de exportación consta por lo menos de: factura comercial, lista de empaque, guía aérea o marítima, certificados de cupo de SAGARPA, avisos de salud, etc. Se especificó que es fundamental que la fracción arancelaria de los productos a exportar esté debidamente identificada y que se tengan todos los documentos en regla para evitar problemas en aduana. Agregó que el precio al que se exporta debe ser el del mercado ya que las autoridades aduaneras están vigilando por medio de «valuanet» que la información de los pedimentos sea verídica.

La Dra. Diana Sasse presentó la Ponencia «El marco jurídico de la venta de productos alimenticios a Alemania» en la que destacó que las normas de orden público que regulan los productos alimenticios son requisitos que se tienen que cumplir para poder exportar o vender en Alemania. Se rigen con normas aplicables en Alemania y también incluyen normas de la Unión Europea. Destacó la importancia de revisar las normas aplicables a cada producto, los requisitos, los materiales; así como límites máximos de ciertas sustancias, y la prohibición de otros elementos.

El Lic. Iván Ornelas; de la Secretaría de Economía, expuso el «Programa Integral de Apoyo a Pequeñas y Medianas Empresas de México-UE.» (PIAPYME). Afirma que el programa de cooperación económica que brinda apoyo integral a PYMES mexicanas podría ser el detonador del desarrollo del TLC México-UE.

El objetivo general del PIAPYME es fortalecer las relaciones económicas, comerciales y empresariales entre México y la Unión Europea; para incrementar la competitividad y la capacidad exportadora de PYMES mexicanas, a través de acciones puntuales en materia de asistencia, capacitación y transferencia de tecnología. El programa comenzó el 1 de Julio con un apoyo de 24 millones de euros (12 millones financiados por el gobierno de México y 12 millones por la

Comisión Europea), en donde las empresas mexicanas aportarán como mínimo un 30% y el apoyo podrá ser hasta del 70% considerado como fondo perdido.

Otro tema cubierto fue el transporte, sus variantes (aéreo, marítimo y terrestre) y la importancia del mismo para entregar los productos a tiempo y en buenas condiciones. Así como los puntos clave que hay que tomar en cuenta al seleccionar nuestro transporte. Se habló a su vez del envase y embalaje que son 2 puntos básicos para realizar una exportación exitosa, esto desde la conceptualización del envase idóneo hasta la forma de embalar este producto.

Otro tema fundamental fue Alemania, la Unión Europea y su expansión; donde la Lic. de los Santos explico cifras claves que muestran el potencial tan grande que la Unión Europea representa para México, las características generales del tratado y las ventajas que este otorga a los productos mexicanos tanto industriales como agropecuarios. Y por último el tema de las diferencias culturales que son un tema que muchas veces trae malentendidos o pequeños problemas de comunicación al momento de hacer negocios, esto debido a las formas diferentes de pensar y a las características culturales de cada país que hacen que varíe la forma de negociar, de presentarse y en si la forma de hacer negocios.

Como parte de la información proporcionada durante el evento CAMEXA SERVICIOS elaboró estudios de mercado de cada sector con el fin de proporcionar a los empresarios mexicanos una visión general del mercado al cual pretenden incursionar. Para mayores informes: Lic. Erika Anzures (export@camexaservicios.com.mx)

