

FERIA THAIFEX WORLD FOOD

Información General del Evento

- Recinto ferial: Exhibition and Convention Centre Bangkok
- Sitio web del evento: <http://www.worldoffoodasia.com/>
- Corresponde a la 15ª edición anual y a la primera y más grande muestra satelital de la exposición de alimentos y bebidas más importante del mundo, Anuga, para el mercado asiático.
- Thaifex 2017 contó con una superficie total de 107.000 mts²
- El 2017, contó con un total de 2.169 exhibidores.
- Del total expositores, 1.082 son locales y 1.087 son internacionales, provenientes de 46 países.
- 700 expositores están vendiendo sus productos a través de canales HORECA, siendo el 36% de ellos fine food, 4% servicios de alimentación, 6% tecnología de alimentos, 6% alimentos congelados, 8% frutas y vegetales, 2% carne, 4% arroz, 8% productos del mar, 12% dulces y confitería, 6% café y té y 8% bebidas.
-

Perfil del Visitante

El 2017, el evento contó con la presencia de 55.111 visitantes profesionales y especialistas del sector de negocios agroalimentarios provenientes de 130 países.

- Visitantes internacionales: 11.982
- La feria está dirigida exclusivamente a un público profesional desde mayoristas a minoristas de productos alimenticios.
-
- Feria de alimentos, bebidas, hotel, restaurant, foodservice y equipamiento, panadería y supermercados
- Cada edición es visitada por un gran número de visitantes, el 41,6% de los visitantes son del sector agrícola, carnes y productos del mar. Un 24,1% del sector de ingredientes y aditivos, 18,7% de postres y bebidas, 15,5% alimentos orgánicos y saludables.
- El 2017, del total de los visitantes el 27,8% corresponde a manufacturas de alimentos, 16,6% corresponde a distribuidores, 17,8% a mayoristas; 10,9% a franquicias, entre otros

Perfil de los Expositores

En la edición anterior, la feria contó con más de 1.402 empresas, de las cuales 552 stands estaban en el pabellón internacional.

Probando nuevas oportunidades con 4 shows especiales:

a. Mercado Halal: ven y descubre las nuevas oportunidades de fabricación de productos Halal, ya que, compartimos valiosos puntos de vista acerca del floreciente comercio entre los mercados islámicos del medio oriente y los mercados del sudeste asiático.

b. Mercado Orgánico: Permita que su negocio se expanda junto con la demanda de opciones de alimentos orgánicos, ya que, mostramos una amplia gama de opciones y tecnologías orgánicas de alimentos y bebidas durante este evento.

c. Mercado de Franquicias: Preparando las últimas actualizaciones en la industria de mercados de franquicias, los negocios serán expuestos a una gran cantidad de oportunidades disponibles en esta área de rápida expansión.

d. Evento de Innovación: Desde productos alimentarios revolucionarios hasta diseño de productos intuitivos, Thaifex Taste Innovation show impulsa a las empresas a seguir con las últimas tendencias y conocimientos de la industria.

9. Programa “pre show” complementario para hacer negocios: como expositor en Thaifex, tiene acceso de cortesía al “servicio de correspondencia en línea de negocios”. Esta es una herramienta de comparación de negocios en una poderosa y efectiva y personalizada línea que le permite buscar, conectarse y concertar reuniones con los compradores calificados. Nuestro servicio de conserjería lo apoyará a través de correos electrónicos en cada paso del proceso.

Como se beneficiará?

- Busque y encuentren perfiles adaptados a sus necesidades con un sencillo sistema de filtros

- Citas previas a la reunión

- SMS gratis como recordatorios

-Reunión in situ para ampliar sus oportunidades de redes de negocios.

Características del Mercado

Tailandia es la segunda mayor economía de la zona del Sudeste Asiático, luego de Indonesia.

En 2015 tuvo un PIB de US\$ 397,6 mil millones, mientras que durante el 2016 su economía creció en un 3,2%. La economía tailandesa ha experimentado grandes cambios en los últimos 10 años, pasando de ser un pequeño exportador de unos pocos productos agrícolas (como el arroz, caucho, estaño y madera de teca) a exportar de manera creciente manufacturas intensivas en trabajo como textil, calzado, componentes electrónicos y piezas de automóvil con destino al mercado internacional. **Tailandia es un país exportador y se destaca por la diversificación de ellas.** Sus exportaciones representan más del 70% de su PIB Es importante señalar que **Tailandia posee un importante sector agrícola**, representando poco más del 11% de su PIB. Además, es uno de los

principales exportadores de alimentos a nivel mundial, sobretodo de productos agroalimentarios que incluyen: arroz, piña enlatada, atún enlatado, camarones congelados, pollo , azúcar

La banca, seguros, transportes, telecomunicaciones y los servicios financieros aún se encuentran un tanto restringidos por normativas restrictivas y relativamente cerradas a la competencia externa.

Tailandia necesita importar materias primas, componentes y equipos para abastecer su potente industria exportadora. El sector agroindustrial, por ejemplo, necesita de productos químicos o maquinaria para mantener un alto nivel competitivo

Comercio y oportunidades de Chile

Aun cuando el comercio entre Chile y Tailandia no es muy significativo, los últimos 10 años se ha mostrado una tendencia creciente al intercambio comercial entre ambos países. Las exportaciones chilenas de productos NO mineros, han aumentado de forma sistemática desde el año 2009 y desde el año 2010 estas superan de forma significativa a los envíos de productos mineros. Las fluctuaciones del valor de las exportaciones chilenas a Tailandia se deben, más que nada, a cambios en los precios de *commodities*. Como se puede inferir por los párrafos anteriores, las exportaciones agrícolas son reducidas.

En virtud del TLC que entró en vigor en el año 2015, más del 90% de los productos tiene accesos preferencial inmediato y no considera excepciones. El acuerdo con Tailandia es el único con un país de ASEAN que no tiene productos excluidos, por lo tanto, la oferta exportable chilena tales como: salmones, truchas, uvas frescas, jibias, pasas, manzanas frescas ciruelas, frutas en conserva y arándanos congelados, se ven beneficiados dentro de este mercado.

Tailandia ha aumentado la importación de alimentos en casi un 40% en los últimos 5 años y una de las tendencias principales es preferir comidas saludables y un estilo de vida cada vez más occidentalizado entre los consumidores locales. Otro nicho importante que se está destacando es el de servicios universitarios.

En la tabla a continuación se resumen las oportunidades de mercado que Tailandia tiene para los bienes y servicios chilenos. En la misma tabla, se señalan observaciones y apertura sanitaria según sea el caso.

Tabla 1.

Código HS a 6 d+A4:G32igitos	ÁREA.	Apertura Sanitaria	Arancel NMF Chile-Tailandia (%)		Arancel NMF EEUU-Tailandia	Arancel NMF China Tailandia
	Productos del Mar					
030314	Truchas congeladas	Sí	0		5	0

030212	Salmón	Sí	5	0 en año 8	5	0
160553	Choritos	Sí	0		20	0
030614	Centollas	Sí	5	0 en año 5	20	0
030799	Jibias	Sí	15	0 en año 3	10	0
Agroalimentos						
080610	Uva fresca	Fresco (Con inspección)	30	0 en año 3	0	0
220421	Vinos	Abierto	30		57,6	0
081040	Arándanos	Fresco (Con inspección)	26,7	0 en año 3	0	0
440794	Cerezas	Fresco (Con inspección)	0		3	0
080520	Mandarinas Frescas	Sin apertura	40	0 en año 3	0	0
080810	Manzanas	Fresco (Con inspección)	5	0 en año 3	0	0
080620	Pasas	Fresco (Con inspección)	0		0	0
120710	Nueces	Fresco (Con inspección)			30	0
080212	Almendra Sin Cáscara	Fresco (Con inspección)	0		0	0
080440	Paltas	Sin apertura	0		0	0
081050	Kiwis	Fresco (Con inspección)	15	0 en año 3	0	0
081320	Ciruela Deshidratada	Fresco (Con inspección)	26,7	0 en año 3	0	0
220300	Cerveza	Sin información	60	0 en año 8	60	0
220820	Pisco	Sin información	60	0 en año 8	60	0
220110	Agua Mineral	Sin información	0		0	0
Origen Animal						
020130	Carnes Bovinas	Si	0		50	0

Existen casos de oportunidades potenciales de exportación a Tailandia que pueden resumirse en la tabla N°2.

Tabla N° 2 : Potenciales oportunidades de exportación.

Descripción del Producto	Valor (US\$ millones)	Participación Mundial	Valor (US\$ millones)	Crecimiento Promedio Anual	Arancel Promedio NMF	Año en que llega a 0% TLC
Tomates, preparados o conservados sin	127	4%	20	17%	0	2015%

vinagre ni ácido acético						
Cereales (exc. maíz), en grano o en forma de copos o demás granos trabajados	106	11%	12	11%	30	2015%
Almendras frescas o secas, sin cáscara	87	1%	33	41%	0	2015%
Moluscos, aptos para el consumo humano, incluso con cáscara, ahumados, congelados, secos, salados o en salmuera	82	6%	15	55%	10	2020%

Para el caso del vino, actualmente Chile exporta vino a Tailandia. Según Wines of Chile, durante el 2016 más de 1.785.196 lts fueron exportados hacia Tailandia, lo que se traduce en más de US\$ 4.8 millones. Para el caso del pisco, desde el año 2013 no se registran exportaciones chilenas hacia Tailandia. En cuanto a la cerveza y agua mineral, estos ítems se encuentran sin exportaciones.