

# Cámara de Exportadores de Argentina destaca oportunidades que genera mercado chino| Spanish.xinhuanet.com

BUENOS AIRES, 15 sep (Xinhua) -- El presidente de la Cámara de Exportadores de la República Argentina (CERA), Enrique Mantilla, destacó hoy las oportunidades que genera el mercado chino para la colocación de productos como carnes y vinos.

Mantilla resaltó en entrevista con Xinhua las perspectivas de la cooperación bilateral en materia comercial y ponderó la cooperación de China para que Argentina actualice su infraestructura, lo cual redundará en un mayor potencial exportador, clave para el desarrollo de las economías regionales y, en paralelo, en una reducción de los niveles de pobreza.

Dijo que aumentar las exportaciones "es un trabajo donde no sólo trabaja la estructura económica argentina sino que también el sector público, con todas las agencias que tienen que ver con la 'nutriviencia', los temas de nutrición, de estándares alimenticios, normas técnicas."

"Es un trabajo importante, por eso la asociación público-privada para avanzar a otros mercados es un tema central, al que nosotros le damos mucha importancia", planteó Mantilla.

China es el primer mercado de los productos agropecuarios de Argentina y amplio demandante de productos como el aceite comestible, la soya, la carne vacuna y aviar, el vino y productos lácteos.

Además, el país asiático es el segundo socio comercial de Argentina, sólo detrás de Brasil, con un intercambio que alcanzó los 13.810 millones de dólares en 2017, con un incremento interanual de 12,1 por ciento, según datos de la Aduana de China.

"La visión que tenemos de China es una visión de China más el Asia en su conjunto, porque China también tiene muchas relaciones comerciales y cadenas productivas armadas con sus vecinos, entonces el mercado chino es importante", dijo el presidente de la CERA.

Prevé que para 2040 habrá "un crecimiento muy importante de la clase media china, de su capacidad de compra. Hay consumidores y nosotros podemos producir productos que China está demandando".

"Por ejemplo, la Argentina ha invertido en China para poner una fábrica de vacunas para los pollos y para los cerdos, aprovechando la biotecnología que hay en la Argentina", dijo.

Resaltó la importancia de la infraestructura para la seguridad alimentaria mundial, ya que, según consideró, "con el cambio climático hay que adecuar las infraestructuras por donde pasan los alimentos para garantizar la seguridad alimentaria, que no haya una interrupción".

"China está viendo ese tema igual que nosotros, ofreciendo cooperación y crédito para ir creando rutas que den seguridad alimentaria, o garanticen la seguridad alimentaria y que no haya interrupciones", añadió.

Como ejemplo, Mantilla citó la cooperación entre Argentina y China para la puesta en valor del ferrocarril Belgrano Cargas, que permite el acarreo de la producción agroindustrial de las provincias del norte hacia los puertos ubicados en el litoral este del país.

"El tren Belgrano Cargas ha venido creciendo mucho en términos de cargas y se benefició de esta cooperación", celebró.

En ese contexto, el titular de la CERA hizo hincapié en dos de los productos que Argentina exporta a China, las carnes y los vinos.

"En mayo de este año se aprobó un protocolo para el sector carnes, que es un área importante y de mucho interés. Hay que ver muy bien cómo es el consumidor chino, qué le interesa, qué privilegia", enfatizó.

El protocolo al que aludió autoriza la exportación de carne bovina argentina al mercado chino, enfriada con y sin hueso y congelada con hueso, y de productos pancreáticos para uso industrial, un acuerdo calificado de "histórico" por las autoridades argentinas luego de más de 15 años de negociaciones.

Mantilla dijo también que otro mercado importante en China para Argentina es el de la industria vitivinícola.

"El vino argentino es muy bueno, tenemos varias empresas que producen vino y están exportando a China muy bien. Ahí tenemos una competencia con Australia, con Chile, pero poco a poco vemos que conociendo los vinos, como el Malbec, una variedad exclusiva, que tiene un sabor muy interesante y muy satisfactorio", explicó.

"Hemos hecho una investigación bastante profunda del mercado chino de vinos y pensamos que hay oportunidades para algunas empresas (...) Las relaciones siempre son de largo plazo, hay que invertir mucho en comprender para poder aportar", sostuvo Mantilla.

En mayo pasado 23 bodegas de distintas marcas y cepas lideradas por Malbec y Torrontés, originarias de la provincia argentina de Mendoza (oeste), visitaron las ciudades chinas de Beijing, Shanghai, Xiamen, Guangzhou y Shenzhen.

Expusieron sus vinos en la feria más grande del sur de China especializada en vinos, y en varias presentaciones itinerantes con el fin de reforzar las ventas, que el año pasado sobrepasaron los 20 millones de dólares, según la Fundación Promendoza, entidad público-privada encargada de la promoción de exportaciones y atracción de inversiones.

Mantilla consideró que entre los desafíos para tener una mayor presencia de los productos argentinos en el mercado chino está el de "cómo uno se hace conocer en China, cuáles son los canales por los cuales distribuye o consigue compradores para sus productos".

"China es muy grande y hay que buscar, concentrarse en qué lugar se hará foco, conocer a los compradores a nivel mayorista y entender cómo se llega también al nivel minorista", explicó.

"Es todo un trabajo, de entender, comprender, hacerse conocer, identificar las ventajas que tiene mi producto por cantidad o precio, buscar al consumidor con sabores que no conoce. Requiere tiempo", admitió.

Añadió que a largo plazo, "mirando al (año) 2040, va a haber un cambio importante en China".

"Estamos estimando que en la medida en que sube el ingreso, suben las posibilidades de trabajo, sube la riqueza por familia, lo que va a haber es que la gente va a cocinar menos en casa, va a comprar productos ya hechos", indicó.

"Un cambio cultural en los próximos 20 años que tenemos que tener en cuenta, con una forma de seleccionar los alimentos con criterios pensados en la salud más que en el puro placer", añadió.

En ese contexto, Argentina y China están dando impulso a negociaciones sobre el acceso al mercado chino de la carne de cordero y cerdo, miel, sorgo, trigo y cerezas.

