



Blanca Villarelo, coordinadora general de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de Aserca.

Blanca Villarelo en entrevista

Aserca de la exportación

PURI LUCENA

Recién llegada de Nueva York, hizo escala en México y con el tiempo justo para cambiar maleta antes de partir hacia Corea, donde promocionará las carnes mexicanas en una feria destinada al sector hotelero, Blanca Villarelo, coordinadora general de Promoción Comercial y Fomento a las Exportaciones de Aserca, mostró a **Comercio T21** su optimismo por el crecimiento de las exportaciones de productos agroindustriales, que mantiene un incremento del 25% anual, frente al 10% de los agroalimentarios. Una cifra que espera mantener en los próximos cinco años, con ventas no sólo en Estados Unidos, sino también en prometedores mercados, como Rusia, Japón, China o Centro y Sudamérica.

La funcionaria del organismo dependiente de Sagarpa, señaló que el crecimiento de las exportaciones de productos con valor agregado se debe, especialmente, al éxito de productos con sabor mexicano. La comida Tex-

mex sirvió para abrir camino, dice, pero ahora los gustos de los consumidores van más allá y buscan la auténtica textura del país. "Acabamos de llegar de Nueva York y los datos que traemos es que el estadounidense medio come una vez a la semana comida mexicana".

Aunque Villarelo reconoció que aún falta bastante para consolidar la exportaciones agroindustriales, por lo pronto, empiezan a posicionarse y en las exposiciones internacionales se ubican entre el 30 y 35% de los expositores. "Hay valores agregados muy simples, pero que funcionan. A Nueva York llevamos arrachera marinada y el éxito fue rotundo, porque el chef lo único que tiene que hacer es sacarla del envase y ponerla en la parrilla".

Productos con oportunidades hay muchos: desde café tostado (México es el quinto exportador mundial de café, sin embargo, alrededor del 90% del grano que exporta es verde), hasta productos auténticamente mexicanos, como chiles, salsas y nopales, o los pro-

ductos gourmet, como miel monoflora o aceites especiales.

La coordinación que representa tiene una meta: diversificar mercados, ya que 81% de las exportaciones se destinan a Estados Unidos. Uno de los países prioritarios es Rusia, donde las ventas mexicanas aumentaron 160% entre 2005 y 2006. Actualmente el grueso de las ventas las ocupan el tequila (54%), la cerveza (21%) y el café (15%), sin embargo, la funcionaria señaló que es un mercado lleno de oportunidades.

"Por su clima, Rusia produce muy pocos de los alimentos que consume. Tiene 150 millones de habitantes y un crecimiento de su economía de entre 7 y 9% anual. Hay productos que están descubriendo, como el aguacate y el mango. Además, al no formar parte de la OCDE, pertenecemos a su sistema generalizado de preferencia, es decir, pagamos menos impuestos que los países más avanzados que pudieran ofertar los mismos productos. Y tenemos la posibilidad de exportar azúcar, que es un producto muy controlado en todo el mundo", advirtió.

Sin embargo, para la funcionaria, es necesario que los productores comiencen a ver las ventajas de entrar en nuevos mercados, de forma organizada como han hecho la Asociación de Productores y Empacadores de Aguacates de México (APEAM) o la Asociación de Productores de Uva de Mesa (APUM). Al cotizar precios de manera colectiva se logra que éstos sean más altos que si varias marcas compiten entre sí.

Entre los aspectos a trabajar se encuentra el tema de permisos sanitarios, Villarelo señaló que aunque lleva su tiempo, hay avances, "Por ejemplo, para el mercado ruso nos falta sólo la última carta para poder exportar oficialmente cárnicos". También en la Unión Europea se reabrieron mercados a los que se había dejado de exportar por cuestiones sanitarias, como en el caso del trigo cristalino, que dejó de enviarse a Italia desde 1997. Actualmente, el Valle de Mexicali está certificado como libre de enfermedades y al día de hoy se venden 175 mil toneladas al año.

Anaque!



Fresnillo vale oro

La minera mexicana Fresnillo invertirá recursos de la reciente oferta pública en la bolsa de Londres, para comprar nuevas minas y duplicar la producción del mayor depósito de plata del mundo. La subsidiaria de Peñoles duplicará su producción anual de oro a 400 mil onzas y la de plata a 60 millones de onzas en los próximos 10 años, dijo Jaime Lomelín, su director, a la agencia Reuters. La firma contempla el proyecto II en su depósito de plata en el centro de México.

Bimbo baila samba

Grupo Bimbo adquirió 75% de las acciones de la empresa panificadora brasileña Nutrella Alimentos, como parte de la estrategia para consolidar sus operaciones en los países donde tiene participación. La firma mexicana no quiso dar a conocer los detalles financieros de la transacción. La panificadora de Brasil reportó ventas por 150 millones de reales (89 millones de dólares) en el 2007, según informó la empresa mexicana.

Traerá Telcel el iPhone

A través de América Móvil, la firma de Carlos Slim Telcel traerá a México el iPhone, así como a los 16 países de América Latina donde tiene operaciones. Información de Apple en México aseguraron que los equipos están listos para colocarse en el mercado nacional, pero será decisión de Telcel el momento en el que se empiecen a comercializar, informó el diario Reforma. El iPhone combina las funciones de un teléfono móvil, un navegador de internet y un reproductor de medios, y tiene un valor de 400 dólares en Estados Unidos.

Pepsi se refresca

La refresquera Pepsi planea el lanzamiento de Margarita Sol Exótica con lo que se buscará reforzar el portafolio de productos en México. Además, lanzará la versión de 1 litro de la marca Be Light Citrus Lime y se habrá innovaciones a la marca H2O, como parte su plan de reestructura de costos en el país, informó la empresa. "Este proceso ya está en camino y nos está mostrando oportunidades de en términos de márgenes y productividad", señaló Eric Foss, director ejecutivo de la compañía.

Se dice en el mercado



POR EL MARCHAN-T

Vuelta a la tortilla

Quién ahora tiene que dar la cara es el **Secretario de Economía,**

Eduardo Sojo, quién hace unas semanas rechazó el incremento en el precio de la tortilla, contradiciendo en público las declaraciones de su **subsecretaría Rocío Ruiz**. El secrete "quemó" a Ruiz delante de reporteros por hablar sin "sustento técnico". Ahora los industriales de este sector anticipan que el kilogramo de este alimento puede llegar a 12 pesos, dando la razón a la subsecretaría. Así que ahora esperaremos a ver con que cara Sojo nos dará la noticia que nuestros tacos costarán más.

Ni un paso atrás...ni adelantar

Quien sigue a paso firme con la aplicación del IETU es **Agustín Carstens**, el dueño de los dineros en el gobierno federal, quien a pesar de que los **transportistas de Canacar** le marcharon por la ciudad en días pasados y se le plantaron frente a su oficina, no da marcha atrás y recaló que su propuesta no será modificada, y aún más, es un convencido de que esta gran idea fiscal será la llave para generar inversión. Al tiempo a ver quien tiene la razón. Pero

por lo pronto tendremos más marchas de camiones "chocolates" e incluso se habla de que los transportistas esperarán con sus camiones en marcha a que les den su factura en los cruces de peaje. Así que haber de que cuero salen más correas.

Facilidades para invertir

Sucedió que durante la reunión privada que sostuvieron **empresarios mexicanos con asambleístas del gobierno de California** para resaltar

las oportunidades de comercio bilateral, el **promotor internacional del NAFTA de ProMéxico, Arturo Macotela Galván**, se daba gusto al dar a conocer las supuestas facilidades que otorga el gobierno para abrir una empresa en el país, lo que provocó la risa entre varios de los asistentes, los cuales por cierto en su mayoría eran **empleados de la Secretaría de Relaciones Exteriores**, en lugar de empresarios interesados en invertir. Además de acarreos, burlesones.