

EMPRESA ASIÁTICA VISITA MÉXICO

China comprará 900 toneladas mensuales de carne mexicana

María del Pilar Martínez
EL ECONOMISTA

LA EMPRESA china Hunam Suntale International Trading Group llegó a México para certificar comprar carne de cerdo y de res con lo que inician la exportación a esa nación cuyas entregas iniciales serán de 900 toneladas.

Cabe señalar que las certificaciones sanitarias de la carne de cerdo y res que tiene México han permitido ingresar a los mercados asiáticos; actualmente, hay exportaciones a Japón y Corea.

Al respecto, Raúl Urteaga Trani, coordinador general de Asuntos Internacionales de la Sagarpa, informó que “esta visita es parte del proceso del plan estratégico para la diversificación de mercados agroalimentarios, con el que se pretende lograr el fortalecimiento de las ca-

\$1,500
MILLONES

es el valor anual que prevé alcanzar México con una exportación estimada de 30,000 toneladas de carne al año hacia China.

denas productivas y las exportaciones de insumos agrícolas y pecuarios mexicanos”.

El pasado 14 de julio se dio el banderazo de salida al primer embarque de carne de cerdo mexicana para el país asiático, con una estimación de alcanzar exportaciones de entre 20 y 30,000 toneladas de este producto al año con un valor comercial de 1,500 millones de pesos. Como parte de sus actividades, los importadores chinos acudieron a la planta Tipo Inspección Federal (TIF) Kekén, en Méri-

da, Yucatán, procesadora de carne de cerdo, la cual ya está certificada y efectúa exportaciones a países asiáticos. Asimismo, se hizo el compromiso para acudir próximamente al establecimiento TIF de Grupo GUSI, ubicado en Tamuín, San Luis Potosí, procesadora de carne de bovino y con certificados que la acreditan para exportar a Estados Unidos, Japón, Corea, Rusia y Angola, entre otros.

El empresario Zhu Forrest externó su sorpresa por el potencial productivo, tecnológico y procesos de sanidad e inocuidad de los productos cárnicos mexicanos, así como el compromiso de los productores y autoridades para lograr, en un corto plazo, el acuerdo para concretar la venta y compra de estos productos de calidad, en un beneficio compartido.

pmartinez@eleconomista.com.mx