



INFORME PRE FERIA SIAL CHINA MAYO 2018 SECTORES: VINO –NUEZ PECAN –MENUDENCIAS PORCINAS - LEGUMBRES

→ Síntesis Ejecutiva

SIAL CHINA es la puerta de entrada para acceder al mercado asiático de alimentos y bebidas (AyB). Los principales jugadores del mercado mundial de AyB estarán presentes en el evento, a desarrollarse en SHANGAI entre el 16 y el 18 de mayo.

Del sector de AyB, se presentarán 21 subsectores, entre los que se destacan los cárnicos, congelados, productos de confitería, de verdulería, vinos, productos gourmet o delicatessen, galletitas, productos enlatados, productos lácteos y alimentos elaborados, entre otros. Habrá degustaciones y presentaciones especiales de productos.

Las empresas argentinas que participarán en el mismo producen alguno de los siguientes alimentos o bebidas: VINOS, PRODUCTOS ORGÁNICOS, CARNES, FRUTOS SECOS y LEGUMBRES.

Cabe destacar que, actualmente, ya se pueden adquirir vinos argentinos en China. Si bien actualmente las menudencias porcinas y a la nuez pecan no ingresan directamente al mercado chino, existen negociaciones entre los servicios sanitarios para su acceso. Por otro lado, es preciso recordar que, el SENASA y el AQSIC¹ ya negociaron la apertura del mercado chino para arvejas procedentes de Argentina, con resultado positivo. El primer embarque se concretará luego de la visita de la autoridad sanitaria.

China es el segundo importador mundial de AyB luego de Estados Unidos. Por otra parte, Argentina es el cuarto abastecedor mundial de China, luego de Estados Unidos, Brasil y Canadá. Sin embargo, la mayor parte de las exportaciones se relacionan con la soja y sus subproductos.

Euromonitor (Agencia Global de Estudios de Mercado) estima que, en China las ventas minoristas de alimentos envasados superarán los U\$S 160 mil millones en el corto plazo, con un gran aumento de las compras *on line*. La mejora salarial, las tendencias existentes sobre el estilo de vida saludable, los viajes al exterior de la población, las APPS de *deliveries* de comidas y el aumento de la oferta alimenticia potencian el aumento en el consumo de alimentos (AUSTRADE, 2017). Si bien el gasto y el patrón de consumo varía entre las regiones, según el nivel adquisitivo, el grupo etario y el nivel educativo de la población, los consumidores se sienten atraídos por:

1. Seguridad Alimentaria y calidad
2. Mejora en el gusto
3. Beneficios de una mejor nutrición para la salud
4. Envasado de alta calidad
5. Productos más frescos
6. La conveniencia

¹ AQSIC: Administración General de Supervisión de la Calidad, Inspección y Cuarentena



Análisis de los productos que estarán presentes en la feria

1. Acceso a mercado y canales de distribución

1. *Vino*

Durante 2017, las exportaciones argentinas totales de vino fueron de U\$S 798,4 millones. El 3% de los envíos tuvieron a China como destino. Cabe destacar que, las exportaciones a este destino muestran una tendencia creciente desde 2010. Si se comparan los períodos interanuales enero y febrero de 2017 y 2018, se observa que el 2018 muestra una performance superior, dado que presenta un crecimiento del 53% en valor.

La clase media china es el principal mercado para los vinos importados, asociado por los consumidores como sinónimo de calidad, sofisticación y como bebida saludable. Además es sustituta de las bebidas blancas para fiestas de casamiento y de negocios.

Las tendencias de consumo varían entre las regiones chinas. Mientras que en el norte prefieren bebidas con mayor graduación alcohólica, en el sur las preferencias se orientan a los vinos más livianos. Si bien las importaciones están lideradas por las variedades de uva roja, en las zonas costeras se eligen los vinos blancos para maridar con las carnes blancas.

Es preciso señalar que, el vino se encontró entre los diez primeros productos importados por China en el rubro de alimentos y bebidas (AyB), con una participación del 2,4% sobre el total. Los principales abastecedores son Francia, Australia y Chile, que se ubicó en tercer lugar. La Argentina se ubicó en el séptimo puesto, tras Estados Unidos, Italia y Sudáfrica (VER ANEXO ESTADÍSTICO – Cuadro 1 y Cuadro 8).

▪ Acceso al mercado. Canales de distribución

En China, dos tercios de los vinos son comprados en los puntos de venta. El vino importado, además, se lo consume en *restaurants*, *cocktails*, hoteles, clubes VIP y en las recepciones empresariales.

Shanghai cuenta con aproximadamente 300 clubes de vino, con cartas con gran cantidad de vinos importados, de un amplio rango de precios. En otras ciudades el consumo es más informal y comercializado por distribuidores locales, redes de conocidos y vinerías.

Los consumidores más sofisticados adquieren vinos a través de la web, sobre todo de las marcas más conocidas. AUSTRALIA estima que las ventas online de vinos australianos en China superaron los 67 millones de dólares australianos en 2016 (Austrade, 2017).

A fin de potenciar este canal de venta, Australia desarrolló la plataforma **WE CHAT**, que promociona vino embotellado.

▪ Plataformas online de ventas:

www.yesmywine.com

www.jiuxian.com

www.wine-world.com

www.1919.com

www.jd.com

www.tmall.com



Los vinos argentinos también se comercializan a través de sitios webs. En el sitio YESMYWINE se pueden encontrar varias marcas nacionales, con precios que varían entre los 200 y los 2500 pesos argentinos. Compiten con australianos, chilenos y franceses. El rango de precios es muy amplio. En *Wine World* también se pueden adquirir vinos nacionales. Un Vino de la bodega CATENA ZAPATA se puede comprar a 1.100 pesos argentinos. Lo novedoso de este sitio es que su APP se puede descargar para ANDRID y comprar los productos desde el celular. La red mundial es WINE WORLD. El sitio ALIBABA también comercializa vinos argentinos. La competencia entre todos los canales de comercialización es muy fuerte en las ciudades de primer nivel: Beijing, Shanghai, Guangzhou y Shenzhen.

Las bodegas que alcanzaron un importante volumen demostraron paciencia y un buen servicio profesional a través de la contratación de un gerente local de desarrollo de negocios para apoyar a los distribuidores designados. Paralelamente han invertido en campañas publicitarias y han desarrollado una estrategia a largo plazo de desarrollo de socios locales.

Es preciso indicar que, antes de comenzar a exportar cualquier producto a China, conviene registrar localmente la marca (<https://www.ipaustralia.gov.au/understanding-ip/taking-your-ip-global/ip-protection-china>).

- Aranceles de Importación y otros impuestos para vinos

China estipula tres tipos de impuestos sobre el vino importado: los derechos de importación, el impuesto especial y el impuesto sobre el valor agregado. La tasa para cada uno de ellos es 14% (vino con 20% o menor contenido de alcohol por volumen), 10% y 17% respectivamente).

El impuesto total agregado a un vino importado es: 48.2%, lo que significa que si el precio de su factura es de 10.000 euros CIF puerto de China, el importador (o su cliente) pagará otros 4.820 euros en total por estos impuestos. Esto sin embargo, no incluye los gastos *fobbing*.

Arancel de importación e impuesto

Posición	Descripción	Derecho Importación	I.V.A.
2204.10.00	Vino espumoso	14 %	17 %
2204.21.00	Los demás vinos; mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol: En recipientes con capacidad inferior o igual a 2 litros.	14 %	17 %
2204.22.00	Los demás vinos; mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol: En recipientes con capacidad superior a 2 litros, pero inferior a 10 litros.	20 %	17 %
2204.29.00	Los demás vinos; mosto de uva en el que la fermentación se ha impedido o cortado añadiendo alcohol. Los demás	20 %	17 %
2204.30.00	Los demás mostos de uvas	30 %	17 %

China firmó 17 acuerdos de libre comercio, entre ellos con dos importantes productores e importadores mundiales de vino: CHILE Y AUSTRALIA. El país sudamericano ya goza de **arancel**



cero para las cuatro posiciones arancelarias que corresponden a los vinos. Si bien **Australia** ya goza de preferencias en relación a otros países, el arancel que tributa es del **8,4%** (el NMF es de 14%). En las otras posiciones goza de ventajas porcentuales. Para las posiciones de 20% de arancel, Australia abona un 12%. Para la posición del 30%, el país asiático abona un 18%.

- Marco Regulatorio para la importación y comercialización de vinos:
 - GB 2757-2012 - Bebidas Destiladas - Norma de Inocuidad
 - GB 2758-2012 -Bebidas Fermentadas - Norma de Inocuidad
 - Ftalatos-Controles en alimentos y bebidas importados a China
 - GB 10344 -2005 Norma de Etiquetado para Bebidas Alcohólicas Envasadas
 - GB 15037-2006 Norma sobre Vinos
 - GB/T 11122-2015 - MOFCOM Norma de Terminología de Vinos Importados



2. Carne Porcina – Mercado cerrado pero en negociación. Exportaciones vía Hong Kong China es un gran consumidor de carne porcina. En 2016, fue el cuarto producto importado, habiendo adquirido 1,5 millones de toneladas. Los principales abastecedores fueron Estados Unidos, con un 36,5% de participación, Alemania, con un 14,3% de participación y Dinamarca, con un 13,6% del mercado.

Cabe destacar que, si bien la Argentina actualmente no envía carne porcina directamente a China por cuestiones sanitarias, si exporta a Hong Kong. De hecho, las ventas a Hong Kong de carne porcina fueron de 3200 toneladas, uno de los volúmenes más altos de los últimos años, por un valor FOB de U\$S 4.4 millones, siendo uno de los principales destinos de exportación junto con Angola y Rusia (ANEXO ESTADISTICO – CUADRO 6).

Una vez que hayan concluido las negociaciones entre los servicios sanitarios para el acceso de menudencias porcinas, los exportadores podrán aprovechar el gran potencial del mercado. Más del 80% de la carne consumida en China es porcina y en consumo anual per cápita según el USDA² será de más de 65 kilos en los próximos años, tres veces superior al consumo de carne de aves y siete veces superior al consumo de carne vacuna.

▪ Aranceles de importación

Las menudencias porcinas se comercializan bajo las posiciones arancelarias del capítulo 0206, despojos comestible de animales de distintas especies. Las que corresponden a las porcinas son las partidas 02064100; 02064900; 02068000; 02069000. Los aranceles de entrada van desde el 12% al 20%.

Argentina tributa los mismos aranceles que sus principales competidores, Estados Unidos y Alemania.

▪ Marco Regulatorio Carne Porcina

Normativa General

- Decreto 136/2011 del AQSIQ “Medidas Administrativas para la Inspección, Cuarentena y Supervisión de la Importación y Exportación de Productos Cárnicos”
- Comunicado AQSIQ (Abril 2008) "Procedimiento de Inspección y Cuarentena para la Autorización de Ingreso de Productos Cárnicos que se Exporten a China"
- GB/T 22210-2008 Criterios para la evaluación sensorial de carnes y productos cárnicos
- Comunicado MOA N° 193/2002 - Drogas veterinarias prohibidas a usar en animales para consumo humano (Listado - 9 de abril de 2002)
- Comunicado MOA N° 235/2002 - Límite máximo de residuos veterinarios en alimentos de origen vegetal (Listado - 24 de diciembre de 2002)

Normativa Específica

- GB 2707-2005 “Norma higiénica para carne fresca (congelada) de ganado”.
- GB 16869-2005 “Carne aviar fresca y congelada”
- GB/T 17238-2008 "Norma sobre Cortes de Carne Vacuna Fresca y Congelada"

3. Nuez Pecan – Mercado Cerrado – Exportaciones vía Hong Kong

Las importaciones chinas de nuez de nogal promedian las 40.000 toneladas anuales, por un valor aproximado de U\$S 240.000. Los principales abastecedores son Mongolia, Corea del Norte y Paquistán. Los frutos secos se consumen en las épocas de invierno y durante el año nuevo chino en el mes de febrero.

La población china consume las nueces pecan con cáscara. Una vez en destino, craquean la nuez, la tuestan en una variedad de diferentes sabores y luego la envasan en bolsas para ser peladas

² USDA: Departamento de Agricultura de Estados Unidos



por el consumidor, como si fuera pistacho. Ese es el motivo por el cual los chinos pagan una prima por la nuez entera.

La cocina china posee una serie de preparaciones muy famosas entre la población que contiene este producto dentro de sus ingredientes de manera entera o picada. De tal forma que, en el caso de querer explorar la potencialidad de este mercado es preciso abordar los canales de distribución mayoristas y supermercadistas.

Los frutos secos se consumen también en como snack, encontrándose en todos los supermercados, tiendas de conveniencia y centros de alimentos de las ciudades Chinas. Sus formatos varían, pero los principales están agrupados en segmentos al vacío y en pequeños frascos con tapa, los cuales se enfocan al segmento Premium.

- Acceso al mercado

El SENASA y el AQSIQ iniciaron las negociaciones de los protocolos sanitarios para la exportación de frutos secos a China. Si bien actualmente el mercado está cerrado, son muy significativas las ventas de nuez pecan a Hong Kong. Mientras que en el año 2013 las ventas a este destino fueron de 30 toneladas por un valor de U\$S 120.500, en 2017 las exportaciones se han casi duplicado, llegando a las 57.3 toneladas por un valor de U\$S 309.300.

Los datos de comercio podrían corroborar la hipótesis de que varios de los países que tienen el mercado chino cerrado ingresan a través de la isla y tienen operadores comerciales ya establecidos.

Es importante destacar también que, las Regiones Administrativas Especiales de Hong Kong y Macao se rigen por su normativa propia (aduanera, sanitaria, fitosanitaria, etc.) y tienen sus propias autoridades de aplicación, ya que son considerados como “territorios aduaneros”, a los fines de la OMC, con autonomía respecto a China continental.

- Marco Regulatorio

Dado que el mercado está cerrado, el SENASA debe negociar con el AQSIQ un Protocolo de Acceso Fitosanitario. Se revisan la existencia de enfermedades, se visita el terreno, se analizan los sistemas de control aplicados, entre otras cuestiones.

- Aranceles

Las nueces se comercializan bajo la posición arancelaria 08023100 y 08023200 y tributan un aranceles ad valorem nación más favorecida del 20 y del 25%. Si bien no hay envíos de Argentina a China, si los hubieron a Hong Kong. En el año 2017, se exportaron 57 toneladas por un valor de U\$S 310.000.

Los alimentos importados que ingresen al territorio deben venir acompañados de un certificado de salud emitido por la autoridad competente del país de origen, que acredite que el producto es apto para el consumo humano (ley básica de Hong Kong - Parte V –Alimentos y Drogas de la salud Pública y Capítulo 132 de Servicios Municipales).

- Etiquetado

Los productos importados “pre empaquetados” deben ser etiquetados en idioma inglés y/o chino, y contener la siguiente información:

1. Nombre del producto: el nombre que se indique no debe ser falso o engañoso. Este debe servir para que el consumidor lo identifique de acuerdo a la naturaleza y tipo del producto.
2. Lista de Ingredientes: precedidos por las palabras “ingrediente”, “contenido”, “composición” u otra palabra similar, deben listarse en orden descendente de acuerdo al peso o volumen de los mismos. Si se utilizan aditivos, estos deben ser indicados especificando el nombre o la categoría (preservante, edulcorante, etc.) o por nombre y categoría.
3. Fecha de expiración: Usando las palabras “best before” o “used by”, seguido de la fecha.



4. Si el alimento requiere condiciones especiales de almacenaje, estas deben ser informadas en la etiqueta.
5. Nombre y dirección del productor. Pesos o volúmenes netos.
 - Aduana

No hay arancel de acceso a mercado. Hong Kong tiene mínimos trámites aduaneros, los cuales pueden realizarse en su mayoría de manera electrónica. Se recomienda coordinación con el importador en esta materia.



4. Arvejas: Mercado abierto desde diciembre de 2017.

En diciembre del año 2017, el Ministerio de Agroindustria de la Nación firmó con el AQCIQ los protocolos sanitarios para la exportación de arvejas secas a China. La importancia del protocolo de arvejas secas (verdes y amarillas), radica no sólo en la apertura del segundo mercado importador del mundo, por detrás de la India, sino en el incentivo que puede producir en la producción local, con el consiguiente beneficio de este cultivo invernal para la producción de maíz y soja de segunda, por mayor incorporación de nitrógeno al suelo y el menor ciclo productivo.

En 2016, China importó 1 millón de toneladas de arvejas, por un valor FOB de U\$S 361. El precio promedio fue de 360 U\$S/TN. El principal abastecedor chino de arvejas fue Canadá, con un *market share* del 90%. En segundo lugar se ubicó Estados Unidos, con un 8% de participación y en tercer lugar el Reino Unido.

- Acceso a Mercado – Aranceles

Las arvejas secas se comercializan bajo la posición arancelaria 07131090 y el arancel nación más favorecida de acceso a China es del 5%. Las empresas argentinas tributarán el mismo arancel que los principales abastecedores, Canadá y Estados Unidos.

- Marco Regulatorio

Las arvejas secas podrán acceder al mercado chino bajo los requisitos presentes en el Protocolo sobre Requisitos Fitosanitarios para la exportación de arvejas secas desde la República Argentina a la República Popular China, firmado en Beijing, el 28 de diciembre de 2017 (ver Protocolo en sitio web SENASA) entre el Ministerio de Agroindustria y el Servicio Sanitario chino – AQSIQ.



2. Importaciones de los productos seleccionados y exportaciones argentinas - ANEXO ESTADISTICO

A continuación se detallan las principales importaciones chinas de alimentos y bebidas, las compras por origen y las exportaciones argentinas de los productos seleccionados.

A. IMPORTACIONES CHINA PRODUCTOS AYB – CUADRO 1

Producto AyB	2016			
	Valor (U\$S FOB)	Volumen (t)	Precio promedio (U\$S FOB/t)	Part. En valor (%)
Poroto de soja	33.981.149.479	83.913.290	405	35,8%
Productos de la Pesca	7.118.189.101	2.666.939	2.669	7,5%
Otros aceites vegetales	3.743.225.600	5.166.692	724	3,9%
Carne Porcina	3.333.452.351	1.758.375	1.896	3,5%
Formulaciones lácteas para niños	3.070.479.236	225.278	13.630	3,2%
Las demás carnes	2.873.199.580	1.527.742	1.881	3,0%
Carne Bovina	2.515.936.317	579.836	4.339	2,6%
Vino	2.251.689.580	494.271	4.556	2,4%
Alimentos para animales	2.083.052.786	1.424.705	1.462	2,2%
Nabo o colza	1.490.453.129	3.565.694	418	1,6%
Preparaciones para jugos	1.481.186.970	161.060	9.197	1,6%
Leche en polvo	1.478.431.714	604.209	2.447	1,6%
Mandioca	1.395.074.971	7.704.261	181	1,5%
Arroz parbolizado	1.365.354.812	2.917.400	468	1,4%
Carne Aviar	1.229.810.686	569.132	2.161	1,3%
Demás productos (256)	25.575.172.653	27.044.550	-	26,9%
Total general	94.985.858.965	140.323.434	677	100,0%

Fuente: Secretaría de Alimentos y Bioeconomía sobre Comtrade (SAyB).

El principal producto importado por China es el poroto de soja, con una participación del 35,8% en 2016. Sin embargo, la participación de dicho producto mostraría una tendencia decreciente. En 2014 fue del 40,5%. En segundo lugar se ubican los productos de la pesca, con una participación del 7,5% y en tercer lugar Otros Aceites Vegetales, con una participación cercana al 4%. La carne porcina fue en 2016 el cuarto producto importado, con una participación del 3,5%. Los vinos se ubicaron en el octavo lugar, con un 2,4% de participación.

B. IMPORTACIONES CHINAS DE LOS PRODUCTOS SELECCIONADOS Y ABASTECEDORES/ COMPETIDORES DE ARGENTINA



Menudencias Porcinas – Cuadro 2

País de origen	2016			
	Valor (U\$S FOB)	Volumen (t)	Precio promedio (U\$S FOB/t)	Part. En valor (%)
USA	1.019.160.700	481.504	2.117	36,5%
Germany	399.263.760	246.144	1.622	14,3%
Denmark	378.721.462	203.690	1.859	13,6%
Canada	220.519.913	128.691	1.714	7,9%
Spain	212.692.515	123.500	1.722	7,6%
Netherlands	195.730.036	109.874	1.781	7,0%
France	120.690.680	61.422	1.965	4,3%
New Zealand	50.284.995	10.133	4.962	1,8%
Chile	44.101.092	27.413	1.609	1,6%
United Kingdom	37.308.744	28.662	1.302	1,3%
Ireland	37.284.937	23.874	1.562	1,3%
Belgium	27.078.700	20.659	1.311	1,0%
Australia	26.262.974	20.726	1.267	0,9%
Hungary	18.377.455	13.077	1.405	0,7%
Romania	4.485.065	3.064	1.464	0,2%
Indonesia	2.297.678	707	3.251	0,1%
Japan	323.816	20	15.919	0,0%
Mexico	89.570	44	2.045	0,0%
Thailand	48.598	6	7.544	0,0%
Areas, nes	5.252	3	1.737	0,0%
Other Asia, nes	4.213	8	502	0,0%
Total general	2.794.732.155	1.503.223	1.859	100,0%

Fuente: SAyB

China es un gran importador de menudencias porcinas, habiendo adquirido en 2016 un millón y medio de toneladas por un valor U\$S de 2.800 millones. El principal abastecedor fue Estados Unidos, con una participación del 36,5%. Alemania y Dinamarca se ubicaron en el segundo y en el tercer lugar respectivamente. En promedio, se abonó U\$S 1.800 por tonelada.



Nuez de Nogal – Cuadro 3

País de origen	2016			
	Valor (U\$S FOB)	Volumen (t)	Precio promedio (U\$S FOB/t)	Part. En valor (%)
Mongolia	75.843.866	6.022	12.594	35,4%
Dem. People's Rep. of Korea	49.948.245	10.576	4.723	23,3%
Pakistan	34.552.594	5.332	6.481	16,1%
Russian Federation	34.374.572	10.313	3.333	16,0%
USA	14.057.993	2.692	5.222	6,6%
South Africa	1.603.463	306	5.247	0,7%
Mexico	1.583.140	263	6.023	0,7%
Italy	1.023.599	29	34.880	0,5%
Australia	1.008.518	164	6.144	0,5%
Areas, nes	508.697	24	21.360	0,2%
Rep. of Korea	10.260	1	17.449	0,0%
Other Asia, nes	3.900	2	2.467	0,0%
France	2.444	0	12.343	0,0%
Japan	1.788	0	28.839	0,0%
China, Hong Kong SAR	1.251	0	36.794	0,0%
Germany	716	0	4.237	0,0%
United Kingdom	328	0	32.800	0,0%
Turkey	140	0	20.000	0,0%
New Zealand	108	0	21.600	0,0%
Thailand	24	0	6.000	0,0%
Total general	214.525.646	35.723	6.005	100,0%

Fuente: SAyB

En 2016, China importó 35.700 toneladas de nueces por un valor de U\$S 214.5 millones. El valor promedio de la tonelada importada fue de U\$S 6.000 y los principales abastecedores fueron Mongolia, la República Democrática de Corea, Paquistán y la Federación Rusa.



Vino – Cuadro 4

País de origen	2016			
	Valor (U\$S FOB)	Volumen (t)	Precio promedio (U\$S FOB/t)	Part. En valor (%)
France	997.842.911	196.091	5.089	41,8%
Australia	571.610.517	104.930	5.448	23,9%
Chile	267.983.228	146.132	1.834	11,2%
Spain	159.268.054	93.837	1.697	6,7%
Italy	132.951.946	32.399	4.104	5,6%
USA	59.957.623	13.423	4.467	2,5%
South Africa	38.418.561	15.970	2.406	1,6%
Argentina	23.472.128	5.663	4.145	1,0%
New Zealand	21.460.267	2.227	9.638	0,9%
Portugal	19.870.664	7.410	2.682	0,8%
Germany	18.183.063	4.481	4.057	0,8%
Japan	12.586.192	2.003	6.282	0,5%
Georgia	12.282.997	3.516	3.493	0,5%
Canada	11.264.838	1.602	7.031	0,5%
Rep. of Moldova	8.265.523	3.744	2.208	0,3%
Hungary	4.419.205	1.302	3.393	0,2%
Romania	3.159.346	1.213	2.606	0,1%
Rep. of Korea	2.800.090	2.624	1.067	0,1%
Austria	2.543.749	315	8.080	0,1%
Bulgaria	2.399.101	569	4.213	0,1%
Demás países (57)	17.786.288	7.973 -		0,7%
Total general	2.388.526.291	647.424	3.689	100,0%

Fuente: SAyB

China es un gran importador de vinos. En 2016, importó 647 mil toneladas, por un valor FOB de U\$S 2.388,5 millones. El precio promedio por tonelada fue de casi U\$S 3.700. El principal abastecedor es Francia, con una participación del 41,8%, seguido de Australia, con el 23,9% de participación y de Chile, que abastece el 11,2% del mercado chino de vinos importados. Nuestro país se encuentra entre los 10 principales abastecedores chinos de vinos, con una participación del 1%.



Legumbres – Arvejas Secas – Cuadro 5

País de origen	2016			
	Valor (U\$S FOB)	Volumen (t)	Precio promedio (U\$S FOB/t)	Part. En valor (%)
Canadá	322.240.951	911.804	353	89,3%
Estados Unidos	27.536.224	67.701	407	7,6%
Reino Unido	5.451.338	10.037	543	1,5%
Francia	3.091.594	8.401	368	0,9%
Polonia	1.000.194	2.359	424	0,3%
Nueva Zelanda	622.440	556	1.119	0,2%
Australia	465.627	475	980	0,1%
Áreas no específicas de Asia	154.418	128	1.202	0,0%
Italia	125.784	96	1.312	0,0%
Japón	8.246	1	14.316	0,0%
Alemania	4.733	0	71.712	0,0%
Países Bajos	357	0	17.850	0,0%
Tailandia	210	0	13.125	0,0%
Total general	360.702.116	1.001.558	360	34,9%

Fuente: SAyB

C. EXPORTACIONES ARGENTINAS A CHINA DE LOS PRODUCTOS SELECCIONADOS:

Menudencias Porcinas a Hong Kong – Cuadro 6

Año	Valor (U\$S FOB)	Volumen (t)	Precio promedio (U\$S FOB/t)
2010	1.271.499	1.435	886
2011	2.527.383	2.142	1.180
2012	3.585.840	2.726	1.315
2013	3.233.409	2.625	1.232
2014	4.402.162	3.492	1.261
2015	1.390.363	1.704	816
2016	3.193.844	2.882	1.108
2017	4.477.506	3.223	1.389
2017 (Ene-feb)	766.920	620	1.237
2018 (Ene-feb)	540.493	365	1.481

Fuente: SAyB

El mercado chino actualmente se encuentra cerrado para las menudencias porcinas de origen argentino. No obstante, los productos se envían a Hong Kong. Podría ser que desde allí ingresen al mercado chino. En 2017, las exportaciones de menudencias al mercado mencionado fueron de 3.200 toneladas por un valor de U\$S 4,4 millones. El precio promedio fue de U\$S 1.200.



Nuez Pecan – Hong Kong – Cuadro 7

Año	Valor (U\$S FOB)	Volumen (t)	Precio promedio (U\$S FOB/t)
2013	120.560	30,0	4.018,7
2015	80.106	21,5	3.725,8
2016	112.900	20,0	5.645,0
2017	309.285	57,3	5.393,9

Fte: SAyB

Al igual que en el caso de las menudencias, el mercado chino para la nuez argentina está cerrado. No obstante, las nueces se exportan a Hong Kong. En 2017, se enviaron 57 toneladas por un valor FOB de U\$S 309.000. El precio promedio de la tonelada es de U\$S 5.300.

Vino – Cuadro 8

Año	Valor (U\$S FOB)	Volumen (t)	Precio promedio (U\$S FOB/t)
2010	10.100.874	2.815	3.588
2011	16.733.681	3.768	4.441
2012	20.820.169	4.332	4.807
2013	19.189.841	4.317	4.445
2014	18.212.144	4.384	4.154
2015	20.546.348	5.239	3.922
2016	23.079.766	5.770	4.000
2017	21.916.694	4.856	4.513
2017 (Ene-feb)	1.887.869	516	3.662
2018 (Ene-feb)	2.887.889	594	4.862

Fuente: SAyB

China es un destino importante para las exportaciones argentinas de vinos argentinos. En 2017, las ventas fueron de 4.800 toneladas por U\$S 22 millones. El precio promedio fue de U\$S 4.500 por tonelada. Si se comparan los períodos interanuales Enero y Febrero, cabe destacar que 2018 muestra una performance superior, habiendo crecido un 53% en valor.

Arvejas secas – Mercado Cerrado – Sin exportaciones tampoco a Hong Kong.



MINISTERIO DE AGROINDUSTRIA

Ministro de Agroindustria

Dr. Luis Miguel ETCHEVEHERE

Secretario de Alimentos y Bioeconomía

Lic. Andres MURCHISON

Dirección Nacional de Alimentos y Bebidas

Ing. Mercedes NIMO

Dirección de Producción de Alimentos y Bebidas

Lic. Eduardo VILAR

Equipo Técnico

Mg. María Cecilia PÉREZ LLANA, Lic. Joaquín Andrés LOSADA, Lic. Amalie ABLIN, Dra. Leticia FERNÁNDEZ, Dra. Natalia DOMÍNGUEZ, Srita. Agustina PASO, Lic. Martín OTTONE.