

España promociona productos ibéricos en la Feria de Alimentos de Taiwán



Noticias

En la Feria Internacional de Alimentos de Taipei se ha promocionado los productos procedentes del cerdo ibérico

La Cámara de Comercio de España en Taiwán y el Instituto de Comercio Exterior de España presentaron un seminario de promoción del cerdo español, en el que se presentaron sus carnes y productos derivados y se ofreció una degustación. El certamen, en el marco de la **Feria Internacional de Alimentos de Taipei**, se celebró este martes en el Salón de Exposiciones Internacionales de Nangang, y contó con la participación de numerosos empresarios y periodistas isleños.

El director de la Oficina Comercial de España en Taiwán, Borja Rengifo, presidió el seminario, que tuvo como ponentes a Andrés Mina (Gerente comercial) y Estefanía Beguería (Gerente del área de exportación para los países asiáticos) de las empresas españolas Campodulce Curados y Mafresa el Ibérico de Confianza. Los ponentes ofrecieron una visión detallada de la industria de la carne de cerdo española, explicando sus tipos, variedades, denominaciones de origen, el jamón serrano e ibérico y las estadísticas de producción. Uno de los eventos que más despertaron el interés de los asistentes fue la demostración del corte de jamón y la posterior degustación, que sirvió de tarjeta de presentación al ibérico.

La buena recepción inicial en Taiwán a los productos porcinos españoles, en especial a los de alta gama -tras la apertura en septiembre de 2014 del mercado taiwanés al cerdo español-, es una buena noticia para ese sector industrial, clave en las exportaciones alimentarias españolas.

Sin embargo, expertos en la isla piden paciencia dada las diferencias culturales y una labor de enseñanza al consumidor taiwanés, que busca calidad pero desconoce en la mayoría de los casos cómo consumir los alimentos hispanos. "La calidad de los productos españoles sólo recibirá su merecido reconocimiento en el mercado taiwanés si se les presenta personalmente a los consumidores para que aprendan a apreciarlos y a usarlos", indicó a Efe el empresario español Joaquín Moreno que está de campaña de promoción del aceite de oliva y embutidos españoles.

Lo saludable de muchos alimentos españoles es un gran punto a favor en el mercado taiwanés, que se vio sacudido por escándalos alimentarios en los últimos años y busca alimentos seguros. "El mayor problema está en que el sabor que gusta en la isla a veces difiere del español, por ejemplo, muchos chocolates españoles son muy buenos, pero demasiado dulces, y otros productos parecen demasiado fuertes o salados", dice Celeste Lin, una empresaria isleña amante de la cocina hispana.

La alta calidad española no se corresponde algunas veces con la fama en Taiwán, donde otros países como Francia e Italia son más conocidos por sus marcas y se traslada esa imagen de calidad a sus vinos y comidas, apunta el empresario Joaquín Moreno.

La facturación total de la industria cárnica española es de alrededor de 21.506 millones de euros y la producción anual de carne de cerdo es de 3,4 millones de toneladas, lo que supone el 62 por ciento del total de la carne, según datos facilitados por la Cámara de Comercio de España en Taiwán. La importancia española en este sector, en el que el país es el segundo productor de carne de cerdo en la Unión Europea y el cuarta en el mundo, hace que este encuentro sea importante para potenciar las exportaciones españolas a Taiwán, que en 2014 dieron un superávit a favor de España.

Redacción