

Boletín de Información Agraria y Pesquera de Estados Unidos y Canadá

**Consejería de Agricultura, Pesca y Alimentación
Embajada de España en Washington, D.C.**

JAPÓN PROHÍBE DE NUEVO EL VACUNO ESTADOUNIDENSE



CONTENIDO:

Japón prohíbe de nuevo 1
el vacuno
estadounidense

Estudio sobre el 2
mercado del vino

Preocupación en el 3
sector agrario por la
propuesta de ley de
inmigración

Apenas un mes después de que Japón levantó por fin la prohibición de importar carne de vacuno de EEUU que llevaba en vigor dos años, el 20 de enero el Primer Ministro japonés anunció que vuelven a poner en marcha la moratoria, tomando en consideración un informe del Ministro de Agricultura que señala graves incumplimientos de los términos del acuerdo que permitió reanudar el comercio.

Al parecer, los inspectores japoneses habrían descubierto la presencia de materiales de riesgo que deberían haber sido retirados antes de su envío a Japón; concretamente la espina dorsal, en un envío desde una compañía del estado de Nueva York.

El Secretario de Agricultura de los EEUU se apresuró a hacer un comunicado en el que asegura que va a hacer una investigación exhaustiva sobre este incidente. Explicó que, bajo las normas de los EEUU, la columna vertebral que fue exportada a Japón no es un material específico de riesgo puesto que corresponde a un animal de menos de treinta meses. Sin embargo, en el acuerdo con Japón los EEUU se comprometieron a exportar carnes sin columna vertebral,

con lo que reconoció que han faltado al acuerdo firmado.

El Secretario anunció que la planta procesadora de la que partió ese envío ha sido eliminada de la lista de establecimientos autorizados a exportar a Japón, y que van a tomar acciones disciplinarias con el inspector del FSIS, la agencia del Departamento de Agricultura responsable de la inspección de las carnes, responsable de esa partida y la certificó como apta para su exportación a Japón. Anunció también que los demás establecimientos aprobados van a ser sometidos a una exhaustiva inspección para comprobar que siguen correctamente todos los procedimientos previstos. Además, enviará un equipo de inspectores a Japón para examinar con sus homólogos japoneses las condiciones de los envíos que están en aquel país esperando la autorización de entrada.

Este contratiempo supone un duro golpe para la administración estadounidense, que había hecho un gran esfuerzo diplomático, incluido el más alto nivel, para reabrir el mercado japonés. Hasta que en

VISITE NUESTRO SITIO
WEB EN
WWW.MAPAUUSA.ORG

Japón (viene de pág. 1)

diciembre de 2003 se cerraron las fronteras por la aparición del primer caso de BSE en los EEUU, Japón era el principal destino de las exportaciones de carne de vacuno, por un importe que en 2003 alcanzó los 1.700 millones de dólares. Esta cantidad supone nada menos que el 35% de las ventas totales de carne de vacuno al exterior, que alcanzaron en 2003 la cifra de 4.700 millones de dólares. Además, la apertura de Japón se consideraba la clave para conseguir la reapertura de otros mercados de importancia, localizados sobre todo en el extremo oriente. De hecho, inmediatamente después de Japón, se anunció la reapertura de Hong Kong; semanas después se reabrió Corea del Sur, y la víspera de este incidente se había anunciado la reapertura de Singapur.

ESTUDIO SOBRE EL MERCADO DEL VINO

El Wine Market Council, una asociación que agrupa a productores de vino, así como a importadores, mayoristas y minoristas en los EEUU, y cuya principal misión es favorecer la expansión del mercado del vino, ha realizado un nuevo estudio sobre el mercado estadounidense que revela algunas conclusiones interesantes.

El consumo de vinos en los EEUU vivió sus horas más bajas en la

década de los 80, con bajadas consecutivas, pero desde 1991 cambió la tendencia, y en estos momentos se vive un récord de consumo con 232 millones de cajas en 2003. Esto significa un aumento del 30% en los últimos cinco años, mientras que el consumo de cerveza y de bebidas espirituosas se redujo en un 25 % en el mismo período. Esto significa, en consumo per cápita, que se ha pasado de 7,15 litros por adulto en 1991 a 10,14 litros en 2003. No obstante, el potencial de crecimiento de este mercado es todavía muy importante si se compara con el consumo en los países europeos como Reino Unido (14 l.), España (36 l.) o Italia (58 l.).

Este aumento del consumo se ha debido en buena medida a la percepción del público de que el consumo moderado de vino puede reportar beneficios para la salud, así como a las campañas publicitarias de determinadas marcas, a la campaña que desarrolló el Wine Market Council sobre las ocasiones apropiadas para consumir vino, y a la aceptación que está encontrando entre los jóvenes.

El estudio, realizado sobre una muestra de 1.400 consumidores de los 50 estados, revela la tendencia del consumidor a dejarse seducir por publicidad y mensajes que presentan al vino en un entorno más relajado y desenfadado del habitual, lo que también explicaría el éxito de nuevas marcas que responden a este estereotipo: vinos nuevos, menos complejos, y con una imagen más informal. Otro dato relevante, esta vez derivado de otro sondeo diferente realizado por Gallup, revela que el 56% de los consumidores y el 55% de los compradores de vino en los EEUU son mujeres.

Este perfil de nuevo consumidor explicaría el éxito de vinos como la marca "Yellow Tail", de Australia, con una etiqueta muy poco convencional que representa a un canguro, y que en sólo cinco años en el mercado estadounidense ha conseguido vender un millón de cajas al mes; o de vinos *light*, como un Chardonnay de sólo 10 grados que elabora una empresa de Santa Bárbara, en California.

Este estudio hace así una llamada de atención a los productores domésticos de vino, que de acuerdo con los datos existentes estaría perdiendo cuotas de



vino (viene de pág. 2)

mercado frente a los vinos importados, en particular los australianos e italianos con una mejor relación de calidad / precio. En 2002 el 67% del mercado estadounidense era para los vinos de California, un 8% para los vinos de otros estados, y un 25% para los de importación. Pero los últimos datos del Wine Institute sitúan la cuota de California en 2004 en el 64%, mientras que Australia habría subido al 6,7%, con un aumento espectacular del 20% respecto al año anterior, con lo que se sitúa como segundo exportador a este mercado, solo por detrás de Italia, que tiene el 7,5% del mercado.

PREOCUPACIÓN EN EL SECTOR AGRARIO POR LA PROPUESTA DE LEY DE INMIGRACIÓN

Los productores de frutas y hortalizas de los Estados Unidos pueden perder miles de millones de dólares si la propuesta sobre inmigración que ya ha sido aprobada por la Cámara de Representantes del Congreso de los Estados Unidos se convierte finalmente en ley. Durante la Convención celebrada por la American Farm Bureau Federation

(AFBF), la asociación agraria más importante e influyente del país, se presentaron los resultados de un estudio realizado por la organización que muestra que de llegar a aprobarse definitivamente la ley de inmigración que se está tramitando actualmente se producirían 9 mil millones de dólares en pérdidas para el sector agrario estadounidense y cerca de 5 mil millones de pérdidas en los ingresos anuales de los agricultores. La AFBF ha dejado claro que no están en contra de una ley de inmigración más dura que proteja las fronteras, pero que el gobierno no puede cerrar las fronteras y no tener en cuenta a los trabajadores agrarios.

El estudio realizado muestra que de aplicarse dicha ley de inmigración un tercio de los productores de frutas y hortalizas no serían capaces de competir en el mercado, por lo que se produciría una dependencia cada vez mayor de las importaciones de productos frescos procedentes de otros países, en clara referencia a México. Entre otros datos aportados por dicho estudio: si se aplicara finalmente la ley la media de salario de los trabajadores agrarios pasaría de 9,75 dólares a la hora a 11 dólares por hora; casi la mitad de la producción de frutas y hortalizas estadounidense depende de la mano de obra para su cosecha o recolección; y hasta un tercio de los operadores en el sector productor serían no competitivos.

En este mismo sentido, en el estado de Arizona al sur este del país lindando con la frontera con México, se está llevando a cabo un nuevo plan para luchar contra la inmigración ilegal. Dicho plan incluye importantes multas y penas para los que contraten a sabiendas trabajadores ilegales. Según declaraciones de asociaciones de productores de la zona, en vez de sanciones se debería tener acceso a una mano de obra legal y adecuada mediante un programa de trabajadores temporales, y que incluso dicho programa permitiera a los trabajadores procedentes de México entrar en los Estados Unidos, trabajar por el día, y volver a sus casas por la noche.

PUBLICADO POR LA

**CONSEJERÍA DE AGRICULTURA,
PESCA Y ALIMENTACIÓN**

EMBAJADA DE ESPAÑA EN WASHINGTON, D.C.
2375 Pennsylvania Ave., NW
Washington, D.C. 20037
Teléfono: (1) 202-728 2339
Fax: (1) 202-728 2320
Correo electrónico:
info@mapausa.org