



Dirección de Prensa

**DISCURSO DE S.E. LA PRESIDENTA DE LA REPÚBLICA,
MICHELLE BACHELET JERIA,
EN EL LANZAMIENTO DE LA MARCA FOODS FROM CHILE:
SOURCE OF LIFE**

Santiago, 06 de octubre de 2015

Amigas y amigos:

La verdad es que yo tengo que decir, qué gusto, literalmente, disfrutar con esta exposición de Foods From Chile. A esta hora del día, y viendo esos videos, la verdad es que eran bien tentadores, era una invitación succulenta a disfrutar un almuerzo con los maravillosos productos de nuestro país.

Como señala el texto de una de las bellas imágenes de la muestra, “una naturaleza poderosa”, eso yo creo que ha marcado nuestra historia, ha marcado el talento de nuestra gente, la capacidad de nuestra gente de emprender, de adaptarse a la diversidad de climas con que cuenta nuestro territorio, para extraer lo mejor de ellos.

Esta naturaleza poderosa -como recordaba recién el ministro- que muchas veces nos hace padecer con sus inclemencias, también es una fuente de enormes ventajas para el progreso de Chile, y especialmente para su tradición campesina y la industria agroalimentaria.

Tenemos, efectivamente, una gran variedad de climas. Y aun cuando estamos muy integrados comercialmente al mundo -y Andrés nos recordaba el número de tratados, con el número de países que teníamos- contamos también con barreras naturales, contamos con instituciones probadas que nos protegen de plagas que podrían amenazar la agricultura o la ganadería.



Dirección de Prensa

Y por eso que el Ministerio de Agricultura y ProChile, en conjunto con ustedes y el Sector Privado también, han impulsado esta campaña de reconocimiento y de prestigio de nuestros productos en los mercados del mundo. Creo que va a ser un factor muy importante en el camino de nuestro país hacia el pleno desarrollo.

Sabemos que Chile, el año pasado, fue el principal exportador del mundo de arándanos, cerezas y uvas frescas; sabemos que fue segundo en importancia en la exportación de nueces sin cáscara, ciruelas frescas y filete de salmón.

Pero también queremos que los consumidores de Asia, de Europa, de Norteamérica, -y también de otros mercados que se puedan abrir, recordábamos con el ministro Furche, que cuando fuimos el año pasado a África, fuimos a Sudáfrica, a Mozambique y Angola, varios de ellos importaban prácticamente todo. O sea, había espacio muy grande también para abrir mercados importantes ahí-, queremos que todos aquellos consumidores sepan que ese producto que están disfrutando, esa experiencia de calidad, de sabor, de aroma, viene de un país llamado Chile y que su marca es garantía de excelencia.

El desafío de Foods From Chile, al igual que el de las marcas sectoriales que aquí se recordaron, como Fruits from Chile, Walnuts from Chile o Wines from Chile, es reunir bajo un mismo concepto las enormes ventajas y potencialidades de nuestro territorio, las capacidades de nuestros emprendedores, de nuestros trabajadores y la solidez de nuestras instituciones.

Así, en los más de 180 mercados que reciben nuestras exportaciones, el nombre de nuestro país va a poder ser reconocido como sinónimo de excelentes productos y podamos tener éxito también, entonces, en mercados que pueden ser muy exigentes.

Y conquistar ese reconocimiento, hacia el cual damos un paso importante con la marca Foods From Chile, es una demostración muy relevante -me parece a mí, lo han dicho quienes me han precedido- de





Dirección de Prensa

cómo el Estado, con herramientas y políticas públicas apropiadas, puede facilitar e impulsar la iniciativa del sector privado.

Con instancias de trabajo conjunto, como el Consejo Público Privado de Exportadores de Alimentos, en el que participa el Ministerio de Agricultura junto a representantes del sector agropecuario y acuícola, vamos a construir la fortaleza. De hecho, ya vemos algunos de sus frutos.

Porque la economía de los mercados globales pone desafíos y exige esfuerzos que sólo la cooperación y la alianza estratégica entre el Sector Público y el Privado permiten enfrentar.

Así, por ejemplo, en las 190 ferias de promoción de exportación de alimentos que organiza ProChile en distintas partes del mundo, estaremos juntos con la marca Foods From Chile.

Estaremos con estos videos ¿no es verdad?, que realmente son muy bellos y son muy atractivos. Con carritos de alimentos, como el que tuvo mucho éxito en el Chile Week de China y que también va a estar presente en los próximos días en Alemania, en Colonia, en la Feria de Alimentos Anuga, una de las más importantes de Europa.

Estamos en la Exposición Universal de este año en Milán, dedicada a la alimentación sustentable, saludable y segura, donde Chile ha tenido una presencia destacada. Y allí nuestros productos tradicionales han sido una verdadera revelación gastronómica. Hemos vendido más de 40 mil empanadas, más de 13 mil pasteles de choclo, más de 18 mil copas de vino. Y no sé cuántos piscos sour porque había una cola enorme el día que fuimos nosotros allá. Seguramente, Lorenzo nos puede contar después.

Es decir, hay casi 50 mil personas que pueden decir por experiencia que si es chileno, es fuente de vida.

En otras palabras, nuestro país puede perfectamente ser un referente mundial de la industria alimentaria de calidad y hemos avanzado en





Dirección de Prensa

esa dirección. Y para ello, por cierto, que contamos con un patrimonio natural y humano que tenemos que cuidar, que tenemos que conservar porque constituye una riqueza cada más valiosa para nuestra sociedad y para la humanidad en su conjunto.

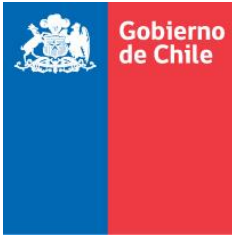
Porque además, porque podemos entrelazar con otras áreas, que también han ido siendo cada vez más exitosas en el desarrollo, como que hoy día en la tarde -bueno, la semana pasada, estuvimos en la Cena de FEDETUR- tenemos el Congreso Mundial de Turismo Aventura. Y en turismo, que es un área donde realmente también va de la mano con la gastronomía ¿no es verdad?, con los vinos, en fin, con tanta potencialidad en nuestro país.

Es cierto que estamos viviendo en un contexto internacional que es cada vez más consciente, por otro lado, de la importancia de cuidar el medio ambiente y encontrar nuevas vías para impulsar la producción y el desarrollo.

Y hace pocas semanas, justamente, ustedes saben que estuvimos en Nueva York, y tuvimos la oportunidad de participar en el proceso de aprobación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible para el año 2030. Y ayer estuve en Valparaíso, en la inauguración de la Conferencia Our Ocean, destinada a definir medidas concretas para proteger la biodiversidad marina. Y que pueda haber pesca, pero que sea sustentable, y así mismo es como queremos, digamos, impulsar todo el ámbito de la agricultura, lo agropecuario, pero de manera sustentable.

En diciembre, en París, va a ser la Conferencia sobre Cambio Climático, la COP 21, donde se van a asumir también nuevos compromisos para enfrentar el cambio climático y reducir los gases que producen el efecto invernadero.

Entonces, la pureza de nuestra tierra y de nuestros mares, la calidez y esfuerzo de nuestra gente, hacen que nuestros productos estén cada vez más presentes en los distintos mercados, con nuevas preparaciones, con productos orgánicos.



Dirección de Prensa

Y para fortalecer este proceso, tan favorable para nuestro país, tenemos que trabajar unidos en el desarrollo de las diversas ventajas estratégicas con las que contamos, y debemos anteponer lo que nos une para conquistar nuevos mercados. Porque si le va bien a los productos chilenos le va bien a nuestro país.

De esa forma iremos construyendo una sociedad que aprovecha mejor el talento de su población y sus posibilidades de desarrollo.

Así, de Chile, From Chile, significa todo esto y mucho más. Significa lo que hoy somos pero también lo que queremos soñar y concretar en nuestro futuro.

Muchas gracias.

Santiago, 06 de octubre de 2015

LFS/MLS

