

HERALDO DEL campo

SUPLEMENTO DE INFORMACIÓN AGROALIMENTARIA

ENTREVISTA

Juan José Badiola, veterinario de prestigio nacional e internacional. PÁG. 4



GANADERÍA

Huevos camperos para diversificar en una cooperativa de tradición totalmente cerealista. PÁG. 7

COMERCIO

Los productores agroalimentarios de Francia, Alemania, el Reino Unido y España temen la subida de aranceles para exportar a Estados Unidos. Vino y aceite están en el punto de mira de unas sanciones cuyo origen está en la aviación

Qué tiene que ver el sector agroalimentario con los aviones? Pues eso es lo que se pregunta los productores españoles, que no ganan para sobresaltos. El último llega desde Estados Unidos y sobrevuela sobre una larga lista de alimentos entre los que se encuentran producciones tan emblemáticas para España (y para Aragón) como el vino y el aceite de oliva. Y es que al imprevisible presidente Donald Trump se le ha ocurrido, con el permiso de la Organización Mundial del Comercio (OMC), que la manera de castigar las ayudas que concedieron los Gobiernos europeos a Airbus para el desarrollo del A350 y el A380 –un contencioso en que EE. UU. y la UE llevan inmersos largo tiempo– es incrementar los aranceles a las importaciones de los productos alimentarios que proceden de los países que forman el consorcio de aviación (Francia, Alemania, el Reino Unido y España). Una decisión que impacta directamente sobre un volumen de exportaciones españolas por valor 1.000 millones de euros, como ha explicado la secretaria de Estado de Comercio, Xiana Méndez.

Trump ha anunciado que la medida será efectiva el 18 de octubre. Y aunque la fecha está a la vuelta de la esquina, los productores europeos afectados cruzan los dedos para que todo quede en un susto. Las esperanzas están puestas en la reunión convocada para hoy en Ginebra con la Organización Mundial del Comercio en la que la Unión Europea intentará negociar con Estados Unidos para evitar que la lista de aranceles se ejecute.

Mientras llegan esas (cercanas) fechas, hay numerosas preguntas en el aire. ¿Por qué una sanción a un consorcio de aviación impacta directamente y con mayor crudeza en el sector agroalimentario? ¿Cómo se explica que unas

SOBREVUELAN NUEVOS ARANCELES



Las ayudas al desarrollo del A350 y A380 de Airbus están en el origen de los aranceles de EE. UU. a productos agroalimentarios. M. SHIPENKOV/EFE

sanciones para castigar a la aviación establezcan aranceles del 10% para este sector y los eleven al 25% para los productos alimentarios? ¿Quiénes son los más perjudicados: productores o consumidores? ¿Cómo responderá el consumidor norteamericano al comprobar que los productos se han encarecido un 25%? ¿Hay margen de maniobra para conseguir que Donald Trump no lleve a término sus amenazas? ¿Ha buscado el presidente norteamericano abrir una brecha entre los socios europeos? Si finalmente no puede hacerse nada para evitar el gravamen, ¿qué posibilida-

des de actuación tienen los productores afectados? ¿Italia (que no se salva de los aranceles) se comerá el mercado conquistado por el vino y el aceite español con productos más baratos? ¿Están los productos españoles suficientemente reconocidos y valorados en el mercado estadounidense como para que los consumidores no se retraigan en la compra a pesar de la subida de los precios?

A estas y otras cuestiones, responden los expertos.

CHUS GARCÍA

PASA A LAS PÁGINAS 2 Y 3



- ◆ Proyectos y direcciones de Obra
- ◆ Ingeniería Rural
- ◆ Medioambiente
- ◆ Topografía
- ◆ Asistencia técnica



Maid Agroindustrial S.L. © 976 35 89 79 www.maidagroindustrial.com

COMERCIO EXTERIOR

VIENE DE LA PORTADA

SOBREVUELAN
NUEVOS
ARANCELES

Un arancel es un impuesto a la importación que se paga al introducir un producto para su venta en un país. Lo más habitual es que se imponga como un porcentaje sobre su valor. Ahí está la primera sorpresa del anuncio estadounidense, porque Donald Trump habla de incrementar el gravamen a los productos agroalimentarios europeos nada menos que un 25%.

Se trata, sobre todo, de una medida proteccionista porque por mucho que el presidente de EE. UU. quiera disfrazarla de sanciones, «el objetivo de un arancel es dificultar esas importaciones, normalmente para favorecer a los productores nacionales del mismo producto, pues así se reduce la competencia del exterior», explica Eva Pardos, doctora en Economía, profesora de Economía Aplicada en la Universidad de Zaragoza (2000) e investigadora en comercio exterior.

Y aunque para muchos es incomprensible que un conflicto comercial sobre aviones acabe afectando a productos agroalimentarios, Pardos detalla que esta circunstancia «es el resultado del funcionamiento de las reglas de la Organización Mundial del Comercio». Es decir, la OCM ha dado la razón a la denuncia de EE. UU. por los perjuicios económicos que ha causado a Boeing los créditos a tipos inferiores a los de mercado que los países europeos dieron a Airbus. «Se suele fallar que se elimine la causa de los perjuicios (eso ya está hecho) y que se compense ese perjuicio», destaca la experta, que matiza, que, sin em-

bargo, el resarcimiento no tiene que ser necesariamente en el mismo sector. «Es una manera de incentivar que los países no lleven a cabo prácticas desleales contra el comercio de otros países, ante la posibilidad de verse afectados», puntualiza. Por lo que, por muy raro que suene, «esta vez Estados Unidos está siguiendo las reglas, al contrario que en otras ocasiones», puntualiza Pardos.

Pero, aún cumpliendo la norma, no hay nada de inocente en el anuncio de Trump, que con su propuesta «intenta a su vez perjudicar donde duele sobre todo a los países beneficiados inicialmente por el trato a Airbus (Francia, Alemania, España y el Reino Unido)», al tiempo que protege a sectores agrarios nacionales, entre ellos el vino o las aceitunas. Aún más, hay quien detrás de estos aranceles (selectivos) ve un intento de desestabilizar la unidad de los socios comunitarios. «Seguramente la selección de productos por parte de EE. UU. intenta perjudicar el consenso en la respuesta de la UE», señala Pardos. Pero la experta advierte: «La UE tendría que tener en cuenta que no se trata de salvar un caso puntual, sino que en estos momentos la amenaza es más general y debe tenerse visión de conjunto. Por ejemplo, aranceles contra el automóvil europeo perjudicarían también a Italia».

Productor versus consumidor

El nuevo arancel no saldrá del bolsillo de los productores, pero impactará directamente en sus economías. Es el que compra quien lo paga. Porque, como señala Pardos, «la idea de esta medida es que dicho producto sea más caro para los consumidores y, por lo tanto, se reduzca su demanda». Para contrarrestar esta situación, algunas empresas o sectores podrían optar por rebajar sus precios en originales (antes de aplicarles el arancel). Claro que, como recono-

«EL OBJETIVO ES QUE EL PRODUCTO SEA CARO PARA EL CONSUMIDOR Y SE REDUZCA LA DEMANDA»

«LA PROMOCIÓN SERÁ CLAVE PARA NO PERDER ESA PRESENCIA QUE TANTO NOS HA COSTADO LOGRAR»

ce esta experta, no todos podrán permitirse este abaratamiento porque se traduciría en pérdidas si el nuevo precio al que se importa está muy cercano a los costes de producción. «Hay que tener en cuenta que un aumento del 25% es muy elevado», señala Pardos, que explica que ante el peor escenario las opciones pueden ser también «reforzar la imagen de calidad del producto que compense un mayor precio y/o buscar mercados en países alternativos». Eso sí, reconoce, estas opciones también tienen un coste.

Ya es bien sabido la preocupación que el anuncio de los aranceles ha causado en los productores europeos (también entre los aragoneses). Lo han dicho alto y claro los sectores afectados, sus representantes sindicales y empresariales, sus empresas, las administraciones... Pero, ¿cómo lo han encajado los consumidores del otro lado del Atlántico? De momento parecen no darse por aludidos, porque cómo todavía no se han aplicado los aranceles no ha habido impacto en los precios. Y eso que algunos medios nacionales ya han recogido la noticia y advierten en sus titulares: 'Your rosé has just become expensive..' (Tu rosado se ha vuelto caro). Así lo



explica Carmen Muñoz, delegada de Aragón Exterior (Arex) en Estados Unidos, que, por su conocimiento de aquel mercado, cree que el consumidor gourmet que busca producto español «podría estar dispuesto a asumir el aumento de precio». Dice que sucedería así, por ejemplo, con un queso manchego «auténtico» o un aceite de variedad picual o arbequina o un vino de la apreciada garnacha. Sin embargo, «el aceite de oliva virgen extra español genérico en un supermercado tradicional donde el precio tiene un peso en la elección, es fácilmente

sustituible por el aceite italiano o de otro origen».

Y pese a que son los nichos de mercado de mayor nivel y, sobre todo, los estadounidenses que han visitado España los mejores clientes de los productos de España, «aún queda mucho por hacer a nivel de promoción de origen», destaca Muñoz, que detalla que en estos momentos el consumidor medio apenas está empezando a utilizar el aceite de oliva en su vida diaria y aunque el producto 'made in Spain' es algo más conocido en ciudades/metropólisis más sofisticadas y con mucha población

CAM
Calidad
Agroambiental S.L.

INGENIERÍA AL SERVICIO DEL SECTOR AGROALIMENTARIO
Proyectos y Dirección de obra - Tramitación de subvenciones
Gestiones con la administración

Parque Empresarial El Aguila Coors. Nave 14 - 50180 UTEBO (Zaragoza)
Tfno: 976 784 475 - Fax: 976 771 159 - Móvil: 660 941 853
www.calidadagroambiental.com

BEYG RIEGOS, S.L.
GOTEO
BOMBEO SOLAR
© 976 108 144
www.beygriegos.com

INAGRO
consultores

Especialistas
en industrias
agroalimentarias

www.inagrohuesca.com

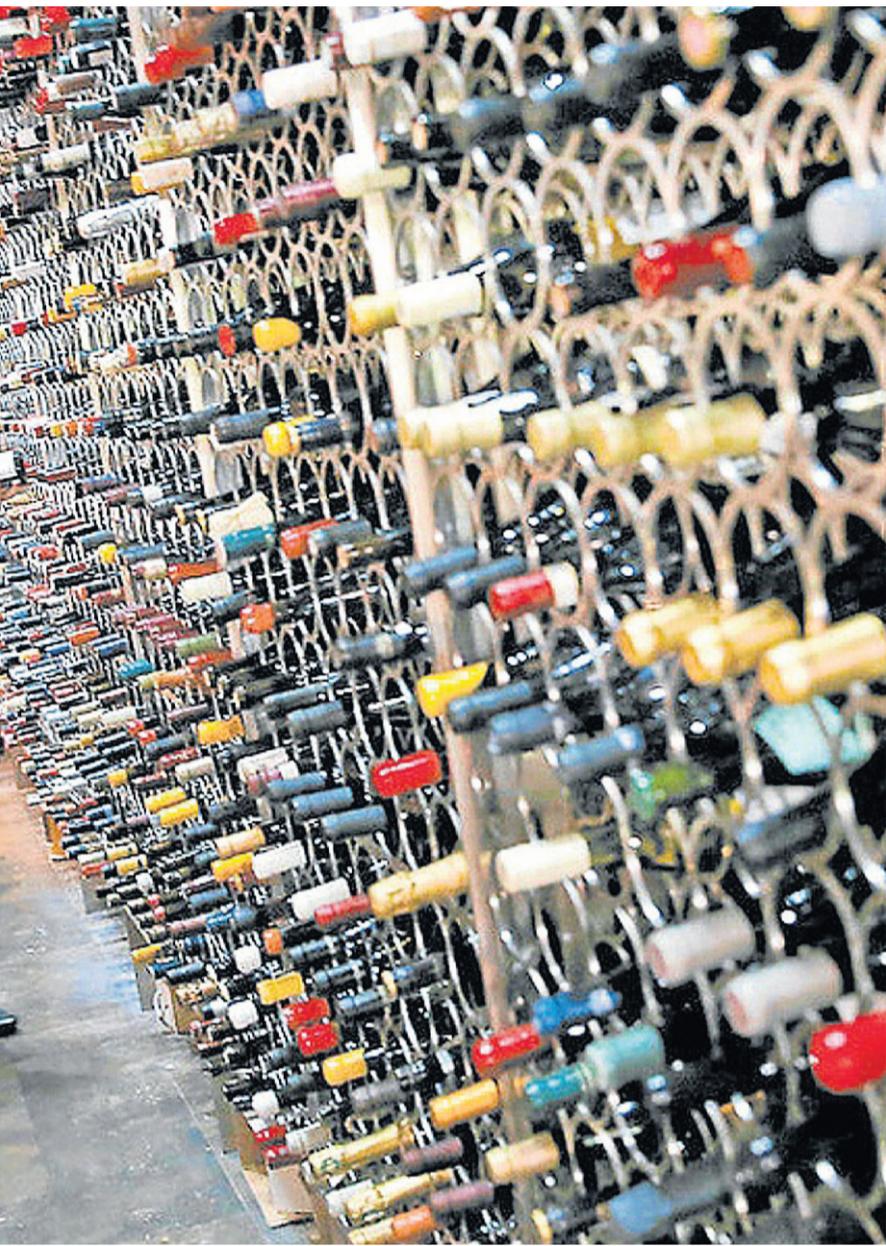
INGENIEROS PARA LA INDUSTRIA Y EL MUNDO RURAL

Avda. María Moliner, 16 - HUESCA - Tel.: 974 226 672
C/ Sanjuanistas, 2 - Bajos 2ª - MONZÓN - Tel.: 974 416 898



MECANIZACIÓN
NAVES GRANERO

COMERCIO EXTERIOR



El consumidor de EE. UU. es uno de los eslabones perjudicados. REUTERS

FECHAS CLAVE

14-0

Mañana, 14 de octubre, es una de las fechas clave para el futuro de las exportaciones de vino y aceite aragonés (y europeo) a Estados Unidos. Ginebra acogerá una reunión en la que la UE tratará de evitar la medida de Trump. Para Eva Pardos, experta en comercio exterior, «debería haber margen de maniobra para negociar» porque además todavía está pendiente de confirmar una resolución muy parecida en la que se condena a EE. UU por las ayudas a Boeing que perjudicaron a Airbus. «Sería de interés para ambos países evitar una guerra comercial que perjudicará a empresas y consumidores de ambos lados y afectará al crecimiento», dice Pardos

18-0

Si la negociación no lo remedia, Trump aplicará los nuevos aranceles el 18 de octubre. Europa podría responder con nuevas sanciones que, según Pardos, agravaría el problema «pero puede usarse como arma negociadora y para mostrar firmeza».

«Aragón tiene fortalezas para defender su posición en el mercado de EE. UU.»

Reconoce que el anuncio de Trump ha sembrado la inquietud en el campo aragonés, especialmente en sus bodegas y almazaras. Pero Ramón Tejedor, director general de Aragón Exterior (Arex) –organismo del Gobierno de Aragón para impulsar la internacionalización de la economía aragonesa– es partidario de que nadie se ponga la venda antes de le hagan la herida. Considera que hasta el próximo 18 de octubre –fecha en la que el presidente estadounidense quiere comenzar a aplicar los aranceles– queda «un cierto margen» para evitar lo peor, porque la Unión Europea ha asumido la alarma que ha cundido entre los sectores afectados.

Pero dicho esto, Tejedor no oculta que «hay una gran preocupación». Y no es para menos. Como recuerda el director general de Arex, tres de las cuatro denominaciones vitivinícolas de la Comunidad, es decir Cariñena, Campo de Borja y (especialmente) Calatayud tienen importante presencia en el mercado estadounidense. De hecho, el pasado año los productores aragoneses de vino facturaron en el mercado estadounidense algo más de 18 millones de euros. Una cifra inferior, pero no menos importante, es la que acompaña al aceite de oliva de la Comunidad, cuya co-

mercialización en aquel país sumó casi medio millón de euros. Esta presencia y el negocio económico que supone podría verse amenazada con una subida de los aranceles.

Sin embargo, «y siendo muy cautelosos», Tejedor aseguró que «los productos aragoneses tienen fortalezas con las que podrían defender su posición en aquel mercado». La principal de todas ellas es «su gran calidad» y la buena relación que esta tiene con el precio. Y en Estados Unidos, como destacó el máximo responsable de Arex, hay consumidores que saben apreciarlo. Pero si se produce el peor de los escenarios, «por supuesto» que este organismo diseñará estrategias para fortalecer la promoción de la agroalimentación aragonesa que ya realiza en el mercado estadounidense, muy apreciado por las bodegas, porque –si Trump no lo impide– es el país con más recorrido para sus ventas gracias a un consumo en continuo crecimiento.

Además, señala Tejedor, Arex continuará trabajando para que el sector se abra paso en el continente asiático, no solo en China, sino también en Malasia y Singapur, donde hay una clase media crecientemente con un alto poder adquisitivo.

CH. G.

de ascendencia italiana «queda mucho recorrido en este país de 300 millones de consumidores».

En el caso de los vinos, el impacto de los aranceles en las ventas será especialmente una cuestión de precio y percepción. Y es el vino de origen español tiene un reconocimiento de 'best value', es decir que se trata de un buen caldo a un buen precio, no mayor de 20 dólares. «Tendremos que ver si la cadena de distribución es capaz de recortar sus márgenes para evitar una repercusión tal en los precios que nos deje fuera de mercado», insiste la delegada de Arex,

que considera que los importadores con portafolios exclusivos en vino español o francés serán los más perjudicados como también lo sufrirán los pequeños productores que trabajan ya con márgenes ajustados. En cualquier caso, «creo que hay que ser optimista e intentar establecer una estrategia de precios y promoción que nos pueda mantener en el mercado», destaca.

Nuevas estrategias

Aunque no está todo dicho (la negociación para evitar los aranceles comienza mañana), si final-

mente la amenaza de Trump se hace realidad, habrá que revisar las estrategias de venta y promoción, reconoce Muñoz. Pese a ello, en ese nada deseable escenario «yo quiero ver una oportunidad», dice. Y lo justifica recordando que el impuesto no afecta a los vinos de más de 14 grados y los caldos españoles, en general, tienen una graduación más alta (uvas más dulces y maduras) que, por ejemplo, los franceses. Eso significa que las líneas de vino más sofisticadas no corren peligro, destaca, al tiempo que asegura que para aquellos caldos españoles que no

podrán librarse del gravamen «tal vez puede ser una buena oportunidad para posicionarnos en un segmento más alto, junto con los franceses, ahí donde siempre hemos querido estar». Eso sí, «con marketing, promoción e intentando no perder presencia».

Si de lo que hablamos es del aceite, no hay que olvidar que España es el principal productor del mundo, mientras que EE. UU. apenas produce un 5% de lo que consume. «Necesitan nuestro aceite», señala Muñoz, porque aunque podrán disponer del italiano, no habrá volumen suficiente.

«En mi opinión el precio del aceite subirá en general, no solo el español», señala. La delegada de Arex apunta además que el oro líquido de nuestro país podría reexportarse a través de Italia, aunque reconoce que aún no se sabe si los aranceles se aplicarán al embotellado en España o al que procede (se elabora) en el país. «De nuevo la promoción será fundamental para no perder esa cuota que tanto ha costado tanto conseguir. No podemos salir ahora del mercado», puntualiza.

CHUS GARCÍA

EL SISTEMA DE BARDENAS ES PROVEEDOR DE:

- Agua de calidad para consumo humano
- Seguridad para poblaciones ribereñas
- Alimentos
- Agua para el desarrollo industrial
- Agua para explotaciones ganaderas

EN DEFINITIVA, PROVEEDOR DE BIENESTAR SOCIAL

Comunidad General de Regantes del Canal de Bardenas

T. 976 662 311 - F. 976 662 361 - Ctra Gallur Sangüesa s/n - 50600 Ejea de los Caballeros (ZGZ) - www.cgardenas.com