

# Las bodegas exportadoras de la comunidad temen el efecto de los aranceles de Trump

Las ventas en agroalimentación a EE UU sumaron 64,4 millones de euros, 20,36 de ellos en vinos

**VALLADOLID.** Los aranceles de Estados Unidos vienen a sumar incertidumbre comercial a la amenaza sobre las empresas exportadoras de Castilla y León que supone la esperada salida del Reino Unido de la Unión Europea. El volumen de ventas en el país norteamericano de los productos agroalimentarios fabricados en la comunidad asciende a 64,4 millones de euros en 2018, según apuntó ayer el vicepresidente de la Junta, Francisco Igea. La medida proteccionista que grava la entrada de productos al país presidido por Do-

**SUSANA GUTIÉRREZ**



nald Trump incide especialmente en el mundo bodeguero, puesto que el vino lidera el contingente de productos agroalimentarios de la comunidad que pasan por la aduana estadounidense.

La situación en el «mercado exterior ahora mismo es muy preocupante», ya que a los 120 millones de euros en exportaciones agroalimentarias de Castilla y León afectadas por el Brexit se suman esos 64,4 millones del mismo sector en los que incidiría la subida de aranceles de EE UU, sostuvo Igea. El consejero

portavoz del Gobierno autonómico detalló los datos de los sectores agroalimentarios afectados por esos aranceles, que graban las mercancías que entran el territorio estadounidense.

**Solo Suiza aventaja al país norteamericano como destino de ventas entre los bodegueros de Castilla y León**

se el 25% a partir del 18 de octubre, con el vino en primer lugar, que exportó en 2018 por valor de 20,36 millones de euros a Estados Unidos. Siguen a este producto los cereales y la pastelería, con 13,3 millones; y carne y despojos comestibles, con 6,2 millones, informa Efe.

Solamente Suiza se pone por delante de EE UU en compras de vino de Castilla y León. La comunidad envía al país helvético botellas por valor de 32,28 millones de euros. Alemania se sitúa en tercer puesto, con 19,80 millones de euros, y México es el cuarto destino del vino castellano y leonés, con un volumen de negocio de 18,64 millones.

## «Populismos»

Francisco Igea recordó que Estados Unidos es un mercado importante, pero en volumen es la mitad de lo que por ejemplo supone el Brexit, que son 120 millones de euros en exportaciones en el sector agroalimentario. El vicepresidente de la Junta explicó que hay que tomar medidas al respecto y planes de contingencia con la industria agroalimentaria y adelantó que van a «mantener reuniones con el sector para establecer planes de contingencia que puedan enfrentarse a esta nueva situación».

A modo de filosofía de lo que subyace detrás del efecto del Brexit y de la subida de los aranceles, Igea reflexionó sobre que eso es lo que «ocurre cuando triunfan los que no creen en la libertad en el libre mercado y los que tienden al populismo y al nacionalismo, que al final lo sufren todos». «Y en última instancia lo sufren los ciudadanos por eso hay quienes creemos que la defensa del libre mercado es la defensa de las libertades y del interés de todos», concluyó el dirigente del partido de Albert Rivera.

El grupo de exportaciones agroalimentarias a Estados Unidos, esos casi 64,4 millones de euros, lo integran, además de los citados capítulos, en cuarto lugar el de preparaciones alimenticias, con 5,3 millones; leche, lácteos y huevos, con 3,7 millones; pescados, crustáceos y moluscos, con 3,45; conservas de carne y pescado, con 3,35; jugos y extractos vegetales, con 2,65; conservas de verdura o fruta y zumos con 2,4 millones y en el décimo lugar los residuos de la industria alimentaria con 1,6 millones de euros.

**El portavoz de la Junta muestra su preocupación y avanza la elaboración de «planes de contingencia»**



Vendimia mecanizada en un viñedo de la Denominación de Origen Rueda. :: G. VILLAMIL

## Estados Unidos consume al año 87 millones de euros de queso español

**S. G. ROJO**

**CIUDAD RODRIGO.** Luis Calabozo, director general de la Federación Nacional de Industrias Lácteas (Fenil), destaca la repercusión que para el sector del queso podría tener la medida anunciada desde Estados Unidos, que representa el mayor destino en cuanto al valor

de las exportaciones, 87 millones de euros.

«De llevarse a cabo, supondría una importante pérdida de mercado para nuestros quesos pero además, el riesgo de que los excedentes del norte de Europa se coloquen aquí». En este sentido recuerda que al mercado nacional están entran-

do constantemente quesos europeos por debajo de los tres euros, «lo que supone dos millones de toneladas de leche». En su opinión, «prácticamente sería imposible sustituir a corto plazo al mercado americano».

El sector lácteo es el segundo en importancia de la industria agro-

alimentaria de Castilla y León. Lo integran más de 160 empresas que emplean a más de 4.200 personas, lo que supone cerca del 12% de todo el empleo de la industria agroalimentaria regional. En torno al 70% de las industrias lácteas de la región se dedican a la elaboración de quesos, con una producción que supera las 104.000 toneladas, el 21,6% de la producción de queso nacional. Otro dato a tener en cuenta es que más del 50% de las materias utilizadas en su elaboración proceden de explotaciones ganaderas ubicadas en la región.



Cata de promoción organizada por Ribera del Duero en California en 2011. :: EL NORTE

## Ribera del Duero y Rueda impulsaron un Plan USA conjunto hace cinco años

La potencia norteamericana es el principal mercado exterior de la DO Toro

:: S. G.

**ARANDA DE DUERO.** Preocupación en el mundo del vino de Castilla y León por el anuncio del arancel estadounidense. Es el caso de las dos denominaciones de origen más potentes, Ribera del Duero y Rueda, que hace cinco años pusieron en marcha de forma conjunta el Plan USA, con el objetivo de ganar posicionamiento en el mercado norteamericano.

Un trabajo que ha supuesto entre dos y tres millones de inversión anual y que ha frugado poco a poco unos resultados positivos que ahora podrían verse truncados. En concreto, para Ribera del Duero, Estados Unidos se sitúa como tercer país en cifras de exportación, con un 12% del total de las ventas internacionales. «Nos va a perjudicar», considera el presidente de Ribera del Duero, Enrique Pascual que apuesta por «buscar fórmulas» para lograr hacer frente a esta situación y «capear el temporal». En cualquier caso, espera que la decisión «no sea definitiva». Pascual recuerda que desde la zona de calidad se han hecho mu-

chos esfuerzos para conquistar este mercado prioritario, «por lo que representa el país, por su poder adquisitivo y por la afición de sus ciudadanos al vino ya que cada vez muestran más interés en ello». El presidente de Ribera lamenta que, tras esta decisión, se frene el crecimiento de mercado que estaba teniendo la marca en Estados Unidos y la proyección de futuro. «Pero al final esto es lo que hay, esto es lo que toca y hay que hacer un esfuerzo añadido por parte de todos y salir al paso como sea», concluye.

A pesar de que las exportaciones de Rueda a Estados Unidos supusieron solo un 1,3% del total de ventas

exteriores en 2017, la DO insiste en que el nuevo arancel afecta al trabajo de promoción e inversión que se ha realizado en los últimos años junto a Ribera del Duero. «Estados Unidos es el primer consumidor del mundo y nosotros llevamos trabajando años. Vamos consiguiendo crecer poco a poco, cuesta mucho abrirse camino y estamos haciendo una labor importante de promoción. Por lo tanto, lo que nos afecta es a las posibilidades de desarrollo de ese mercado», detalla el secretario de Rueda, Santiago Mora.

Este responsable de la DO Rueda recuerda que estos vinos van a competir en condiciones de «desventaja o mayor desventaja» con otros países. «Es verdad que afecta a todo el mercado europeo, pero saldrán beneficiados los que tienen condiciones más ventajosas desde el punto de vista de tratamiento arancelario, por ejemplo, países como Chile que no tiene arancel», valora Mora, que lamenta que la política internacional esté generando cada vez «más barreras» y los mercados se estén volviendo «más proteccionistas y eso no es bueno».

«Representa el principal importador, es un mercado que ya de por sí es caro, esto va a afectar a cualquiera de los segmentos, tanto en vinos más económicos como en alta gama», considera el presidente de la DO Toro, Felipe Nalda. En este sentido, asume que es un «susto importante» y «una situación que evidentemente nos va a repercutir» y que, a partir de ahí, habrá que «sopesar cómo se puede afrontar».

### Falta información detallada

Nalda lamenta que el arancel norteamericano converge también con otros momentos convulsos como «la guerra comercial entre Estados Unidos y China, el Brexit, la subida de tasas alcohólicas en países emergentes. Esto es una complicación más». En este sentido, espera que desde el Gobierno «se nos explique cómo, cuándo y de qué manera va a ser efectivo, nadie tiene claro nada».

La bodega Protos de Ribera del Duero es una de las más afectadas por el nuevo arancel anunciado por el presidente americano. «Para no-

**Protos tiene contratado personal propio trabajando en Nueva York para hacer marca e impulsar las ventas**

**El producto español ya multiplica por cuatro el precio entre la bodega y el consumidor de allí**

sotros el mercado americano en general supone un 60% de las exportaciones y la mitad de ellas se fijan en EE.UU. Por lo tanto, es un tema muy importante dentro de la bodega», indica su director general, Carlos Villar. Protos cuenta con personal propio trabajando de forma continua en Nueva York para hacer marca y comercializar los vinos. «Tanto la bodega como también el consejo regulador, han apostado por Estados Unidos como nunca. No se había hecho nada parecido a nivel de inversiones y esto es porque es el primer exportador mundial de vino de calidad, con tendencia alcista y es importante posicionarse», afirma el directivo de la bodega peñañelense.

Villar alerta de que esta situación generará un encarecimiento del vino en un mercado que ya, en la situación actual, multiplica por cuatro el precio del producto desde que sale de España hasta que llega a la venta. «El sistema americano funciona con tres escalones. El importador federal que se lleva un margen, el importador estatal que se lleva otro y luego la tienda o restaurante. Si ahora, añadimos ese posible 25% desde salida, en vez de multiplicar por cuatro hará que multipliquemos por cinco», explica. Villar asegura que esta situación terminará influyendo a las ventas «porque es un mercado muy competitivo al que le llegan vinos de todo el mundo».

**Más información en pág. 34**

# AYUDAS Y SUBVENCIONES

para financiar proyectos empresariales en Castilla y León

CONVOCATORIAS 2019



**Activa con nosotros tu proyecto empresarial**

+ Info: [empresas.jcyl.es](http://empresas.jcyl.es)