

FORO ARAGÓN EXPORTA

Las empresas apuestan por adaptarse y diversificar mercados y sectores



Cámaras de Comercio y Arex ofrecen herramientas para la internacionalización



El Ejecutivo autonómico refuerza su apoyo a los sectores más afectados



La comunidad tira de experiencia y alianzas para sobrevolar el incierto escenario internacional

EL PERIÓDICO DE ARAGÓN aborda en una jornada la situación del comercio exterior en un contexto geopolítico complejo y las herramientas disponibles para que las empresas aragonesas sigan siendo competitivas

Jornada informativa. Introducción

Laura Trives



Nicolás Espada (Prensa Ibérica), Belén Pérez-Caballero (Ebroacero), Cristina Sánchez (EL PERIÓDICO), Mar Vaquero (Gobierno de Aragón), Ricardo Barceló (EL PERIÓDICO), Nieves Ágreda (Cámara de Comercio de Zaragoza), Javier Camo (Aragón Exporta), Eduardo Corella (Clúster Logístico de Aragón - ALIA), Luis Villamayor (Asociación de Industrias Agroalimentarias de Aragón) y Enrique Chueca (Bodegas Aragonesas).

Competitividad y colaboración, claves para afianzar el comercio exterior

Los participantes en el foro se mostraron realistas, pero optimistas, frente al escenario de incertidumbre y apelaron a la resiliencia y experiencia del tejido económico aragonés para superar este nuevo desafío

Alicia Revuelta

Incertidumbre fue, sin duda, la palabra más repetida durante el segundo Foro Aragón Exporta organizado ayer por EL PERIÓDICO DE ARAGÓN y Prensa Ibérica. Una jornada que, en palabras del director de este diario, Ricardo Barceló, quiso servir para «pulsar la salud de las ventas en el exterior de las empresas aragonesas en un escenario internacional que ha puesto en jaque la estabilidad mundial», y también para arrojar algo de luz sobre las claves y herramientas disponibles para hacer frente a este complejo escenario que pasan por «el apoyo de las instituciones y las alianzas estratégicas».

Dos claves, el apoyo institucional y la colaboración entre empresas, que refrendaron todos los participantes, desde la vicepresidenta del Gobierno de Aragón, Mar Vaquero, a los repre-

sentantes de Aragón Exterior y Cámaras de Aragón, y también de las empresas y sectores representados en esta cita, Ebroacero, Clúster Logístico de Aragón (ALIA), Asociación de Industrias Agroalimentarias (AIAA) y Bodegas Aragonesas.

Agilidad y diversificación

El primero en tomar la palabra fue Javier Camo, director gerente de Aragón Exterior (Arex), quien se mostró rotundo al afirmar que frente a esta incertidumbre no nos podemos quedar quietos y hay que actuar. Para ello, desde Arex, en colaboración con las Cámaras de Comercio, apoyan a las más de 4.000 empresas exportadoras aragonesas para que actúen desde la base de tres pilares: agilidad, diversificación y liderazgo: «Agilidad para reorientar estrategias y mercados, diversificación de mercados y secto-

res y liderazgo porque si queremos seguir mejorando procesos hemos de seguir liderando la tecnología», afirmó. Además, destacó la importancia de disponer de información casi en tiempo real para poder dar una respuesta ágil y avanzó que desde Arex también van a poner a disposición de las empresas los mejores expertos para brindar esta información.

También para apoyar a las empresas, las Cámaras de Aragón están desarrollando herramientas de inteligencia de mercado que utilizan la Inteligencia Artificial. A ellas se refirió en su intervención Nieves Ágreda, directora general adjunta de la Cámara de Comercio de Zaragoza, quien recordó que «hace un mes presentamos la nueva herramienta que hemos desarrollado para optimizar la planificación de la cadena de suministro y que permite para cualquier destino consultar los aranceles según el origen, evaluar

el impacto en costes y detectar oportunidades para reducir o incluso eliminar aranceles, ganando competitividad». Porque, como afirmó Ágreda, «apoyar la internacionalización no es solo una cuestión económica, sino un acto de responsabilidad en tiempos de incertidumbre».

Resiliencia y adaptabilidad

Ya en la mesa redonda, los participantes aportaron diferentes puntos de vista en representación de sectores estratégicos para el comercio exterior. Así, Eduardo Corella, presidente del Clúster Logístico de Aragón, hizo hincapié en la adaptabilidad de la logística aragonesa. «Desde el covid hemos vivido cambios trascendentales y nos hemos adaptado a los desafíos. Los aranceles de Trump son un desafío más y nos va a tocar adaptarnos». Además, apuntó que

los informes señalan que «el comercio mundial va a seguir creciendo en torno al 2-3%» por lo que van a «seguir surgiendo oportunidades» aunque «es difícil identificar en qué mercados van a surgir». Por ello, advirtió, «hay que estar bien preparados y las empresas aragonesas hemos de aprender a ser más competitivas». En este punto, Corella destacó la importancia del concepto de clúster porque «el mundo clúster busca la competitividad de sus empresas y sus asociados a través de proyectos colaborativos», aseguró.

Desde la experiencia que da formar parte de una empresa con más de 60 años de trayectoria habló Belén Pérez-Caballero, directora comercial de Ebroacero. Pérez-Caballero explicó que la compañía lleva toda la vida exportando «y siempre hemos tenido problemas». Pero, ante ello, su respuesta ha sido «diversificar merca-

Laura Trives



Ricardo Barceló, director de EL PERIÓDICO DE ARAGÓN.



Ignacio Montaner, director general de Endesa, habla con Javier Camo (Arex).



Mar Vaquero cerró con su intervención el foro de exportaciones.



Javier Martínez (Gobierno de Aragón), Rubén Marcos (Banco Santander) y Luis Cánovas (Banco Sabadell).



Carlos Sánchez Mitelbrum (Caixabank), Benito Tesier (CAAR), Nacho Lahorga (ADEA) y Juan Royo Abenia.

dos». También apuntó que ante la situación actual y la introducción de nuevos aranceles «hay que tomar decisiones ágiles, imaginativas y contundentes, pero desde la calma, de forma meditada», al tiempo que hizo un llamamiento a la colaboración entre empresas, y también con las cámaras, clústers y entidades financieras.

Por su parte, Luis Villamayor, presidente de la Asociación de Industrias Agroalimentarias de Aragón, se mostró satisfecho con los volúmenes de exportación de la agroindustria aragonesa que se han multiplicado por 4 en los últimos 10 años. Sin embargo, señaló que todavía existen «muchos retos y para seguir siendo competitivos necesitamos buenas conexiones con los mercados internacionales, y

acompañar a las pymes en la aventura exportadora». Además, apostó por impulsar la «marca Aragón» en Europa e indicó que, ahora que peligran los Fondos Feader, hay que encontrar la manera de seguir apoyando al sector para que siga modernizando sus instalaciones y siga siendo competitivo.

Por último, Enrique Chueca, director general de Bodegas Aragonesas, recordó que «el vino es un sector exportador per sé», que exporta el 70% de lo que produce. De esas exportaciones de vino españolas, un 7% va a Estados Unidos por lo que «si Trump nos pone un arancel del 200% esto nos echará del mercado», aseguró. Sin embargo, también recordó que están «acostumbrados a lidiar con adversidades» y que hay que ver si fi-

nalmente Trump lleva a cabo ese órdago o se queda en un 20-25%. Además, Chueca se refirió a otro peligro con el que se encuentra el vino y que es la legislación. «No todo el mundo entiende que somos un producto alimentario y veo que hay una tendencia legislativa en contra del sector que va a condicionar la estabilidad del mismo», explicó.

Apoyo institucional

Recogiendo el guante de las intervenciones anteriores, la vicepresidenta del Gobierno de Aragón, Mar Vaquero reconoció estar en un momento de máxima incertidumbre y, aunque en estos momentos, dijo, «las exportaciones aragonesas atraviesan un momento valle», se mostró convencida

de que repuntarán de la mano de sectores tradicionales que están en plena reconversión, como el del automóvil. En este sentido, hizo alusión al anuncio de Stellantis y CATL para instalar en Figueruelas una gigafactoría de baterías. Pero Vaquero también se mostró confiada en que la comunidad tiene margen de crecimiento en el comercio exterior con la agroindustria y con sectores emergentes que están ganando peso como el de la defensa y el aeroespacial.

Además, la vicepresidenta aseguró que el Gobierno de Aragón va a «focalizar esfuerzos» en los sectores que se están viendo más afectados por la caída del comercio exterior como puede ser el automóvil, para el que preparan un Plan Renove; o el vino, para el que han destinado una

partida de 10 millones de euros para fomentar la internacionalización.

Asimismo, incidió en la apuesta decidida por Aragón Exterior, cuyo presupuesto ya creció un 30% el año pasado, y que en 2025 se va a «reforzar para que tenga más recursos económicos y más medios personales» para que siga acompañando a las empresas aragonesas en materia de comercio exterior.

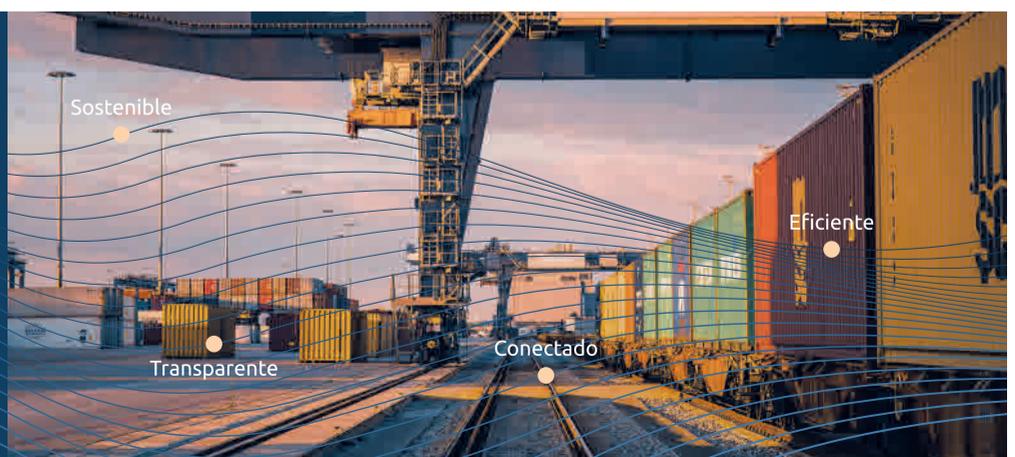
Porque la apuesta del Ejecutivo autonómico y de las empresas aragonesas es seguir creciendo a través de la internacionalización, pese a las trabas que se presenten en el camino, como quedó de manifiesto en el II Foro Aragón Exporta organizado por EL PERIÓDICO DE ARAGÓN con la colaboración de Ebroacero, Cámaras de Aragón y Gobierno de Aragón.

Somos parte del cambio.

Un hub SMART en continua evolución

 Port de Barcelona

www.portdebarcelona.cat



Ponencias



JAVIER CAMO

DIRECTOR GERENTE DE ARAGÓN EXTERIOR

«Con información, hemos de actuar y buscar nuevas oportunidades»

Agilidad, diversificación y liderazgo son las claves para afrontar el escenario actual

Lorena García

El II Foro de Exportación de Aragón organizado por EL PERIÓDICO DE ARAGÓN tuvo como uno de sus protagonistas a Javier Camo, director gerente de Aragón Exterior (Arex), encargado de la apertura institucional de la jornada. Javier Camo ofreció una radiografía del sector exportador aragonés e identificó los pilares necesarios para afrontar con éxito un contexto convulso.

El director gerente de Arex comenzó destacando las variables que están afectando a las más de 4.000 empresas exportadoras de Aragón. «Se están rompiendo alianzas estratégicas, se están vulnerando normas multilaterales en el comercio internacional, se están haciendo nuevas alianzas que no se pensaban y Trump ha desatado una guerra comercial», mencionó.

No obstante, Javier Camo aseguró que en Aragón «tenemos experiencia en afrontar variables complejas que han afectado al comercio internacional», y resaltó la capacidad de resiliencia que ha demostrado el sector aragonés.

Por ello, ante la dificultad del momento que atraviesan las empresas aragonesas, destacó la labor de Aragón Exterior. «Nuestro objetivo es

acompañar y ayudar a las empresas a internacionalizarse, crecer y aumentar su competitividad», afirmó. Para ello, manifestó que deben centrarse en tres pilares: agilidad, diversificación y liderazgo tecnológico.

Tres pilares clave

La agilidad, según Javier Camo, es esencial a corto plazo para reaccionar a los cambios. «Para ser ágiles debemos tener toda la información necesaria, casi en tiempo real. Muchas casuísticas nos pueden afectar en el comercio internacional, pero nosotros siempre vamos a intentar poner a disposición de las empresas los mejores expertos de Aragón y en destino para brindar esta información», expuso.

Javier Camo recordó que hay otras instituciones que prestan su ayuda a las empresas, como ICEX, Cesce, las Cámaras de Comercio, las patronales como CEOE y los clusters. «Es necesario trabajar conjuntamente con un intercambio de información fluido y explotando las fortalezas y capacidades que tenemos cada una de las entidades e instituciones que trabajamos en el sector de la exportación por y para las empresas», afirmó.



Nuestra prioridad es intentar hacer de los desafíos una fortaleza y un reto a batir por el bien de nuestras empresas

Pero, tal y como indicó Javier Camo, una vez que se conoce y analiza esa información, se debe pasar a la acción. «La agilidad es información y es acción, y ese binomio conforma la capacidad de respuesta a corto plazo». En la acción, su director gerente señaló que desde Arex están preparando agendas individuales con el perfil deseado que busca la empresa, con los estudios que están realizando de distintos mercados. A esto se suma el calendario de eventos de la entidad, que va a estar en más de 30 ferias este año.

«Con esta información y estos mecanismos de acción, tenemos que buscar oportunidades», indicó Camo. Y puso como ejemplo a Canadá, donde están retirando los licores y vinos americanos, en respuesta a la política comercial de Trump. «Canadá es una oportunidad, es un nicho de mercado que tenemos que trabajar desde Aragón para aumentar las ventas e intentar aprovecharlo, con agilidad».

ción, y eso va a afectar a proveedores y fabricantes. Lo que estamos haciendo es ponerles sobre la mesa qué otras industrias pueden ser mercado objetivo para ellos, como la industria de la defensa o la nuclear», explicó.

Además, insistió en la necesidad de ofrecer soluciones también para mercados emergentes, así como de tener «planes alternativos» y no ir a un solo mercado, ya que si no «el riesgo de colapso es tremendo», aseguró.

Asimismo, quiso destacar como un aspecto relevante el tamaño de las empresas. «Conseguir pasar de la pequeña empresa a la mediana empresa nos dará garantías a medio plazo. Y si tenemos la capacidad de implantarnos en Estados Unidos, seremos capaces de hacerle un quiebro a estos aranceles». Por ello, subrayó que no todo es cambiar mercados, sino también estrategias de implantación.

Y, para Arex, la diversificación tiene que ir de la mano de la tecnología. Por ello, el tercer pilar es el liderazgo tecnológico y el uso de la inteligencia artificial. «La inteligencia artificial nos permite contactar con clientes en cualquier región del mundo, venciendo la barrera del idioma y con una precisión absoluta, y nos permite optimizar procesos y procedimientos». Además, manifestó que, si se combina con herramientas de inteligencia de mercados y con un algoritmo basado en todas las variables que han influido, habrá mayor agilidad y diversificación en las respuestas.

Por tanto, agilidad, diversificación y liderazgo tecnológico, para Aragón Exterior, son factores fundamentales para que el tejido aragonés salga fortalecido de un momento complejo. «No hay fórmulas mágicas, pero es un objetivo prioritario para nosotros intentar hacer de estos desafíos una fortaleza y un reto a batir por el bien de nuestras empresas», expresó Javier Camo. «Con su red, Arex acompañará y apoyará al sector exportador aragonés en su camino», concluyó.

La diversificación es el segundo pilar que mencionó Javier Camo. Dijo que no solo implica diversificar mercados, sino también las industrias. «Por ejemplo, el sector de la automoción está sufriendo una profunda transforma-



Enguita

Cajas y jaulas a medida / Caja mixta (cartón y madera)

Embalado de grandes dimensiones / Palet a medida

EN-BOX La nueva solución de embalaje: plegable, desmontable y recuperable

Polígono Malpica, Calle E, Parcela 62. 50016 ZARAGOZA
info@enguita.net www.enguita.net 976 571 811



Embalado y trincaje de mercancías
Normativa internacional



NIEVES ÁGREDA

DIRECTORA GENERAL ADJUNTA DE CÁMARA DE COMERCIO, INDUSTRIA Y SERVICIOS DE ZARAGOZA

«Debemos fortalecer la capacidad exportadora de nuestras pymes»

El trabajo de las Cámaras de Comercio aragonesas está muy centrado en el desarrollo de herramientas de inteligencia de mercado que permitan tomar decisiones de forma ágil

Lorena García

«Este enero ha sido el mejor mes de enero para las exportaciones aragonesas en los últimos diez años, superando incluso las cifras de 2023». Con esta afirmación comenzó Nieves Ágreda, directora general adjunta de Cámara de Comercio de Zaragoza, su intervención en el II Foro Aragón Exporta, aunque reconoció que este dato contrasta con las cifras que reflejan un descenso en las exportaciones de más del 18% respecto a enero de 2023.

Aunque, en 2024, Aragón registró en exportaciones un 3,5% menos que el año anterior, Nieves Ágreda insistió en que se debe mirar más allá de las cifras absolutas. La directora general explicó que partíamos de un año 2023 en el que el sector de la automoción creció un 37% y el agroalimentario un 22%, mientras que otros sectores enfrentaron dificultades. «Sin embargo, en 2024 hubo un cambio de tendencia y la mayoría de sectores registraron incrementos en sus exportaciones», explicó.

Nieves Ágreda afirmó que, aunque la automoción supone casi una tercera parte de las exportaciones aragonesas, hay otros muchos sectores en los que

la mayoría de sus empresas son pymes. «De las 4.521 empresas exportadoras en 2024, el 96% pertenecen a otros sectores» y, de hecho, en enero de 2025 han aumentado las ventas de sectores como el químico o el papelero.

Nuevos destinos

Tras esta radiografía, Nieves Ágreda reconoció que no todos los datos son tan optimistas y que el sector también debe enfrentarse a algunos retos. La directora general abordó la necesidad de trabajar en diversificar los mercados de destino; lo que definió como «una de las claves para el crecimiento», puesto que el 78% de las exportaciones aragonesas tienen Europa como destino.

Por otro lado, para Nieves Ágreda, dos de los retos más importantes a los que se enfrenta el sector son la excesiva concentración y el papel de las pymes. «Uno de los principales retos de nuestro comercio exterior está en la concentración de las exportaciones en muy pocas empresas. Las 50 principales exportadoras representan el 69% del total, y solo cinco de ellas concentran el 37,5% de las ventas», dijo. A es-



to se suma que el 98% de las exportadoras aragonesas son pymes. «Si queremos consolidar el crecimiento y la resiliencia de nuestra economía, debemos fortalecer la capacidad exportada de nuestras pymes», expresó.

Apoyo a la exportación

En este contexto, Nieves Ágreda recordó que la internacionalización es un factor clave para la innovación y la competitividad empresarial. Además, ante el contexto geopolítico actual, reflejó que «cuanto más robusto sea nuestro sector exterior, más preparados estaremos para afrontar el futuro». La directora general prometió que, desde las Cámaras de Comercio de Aragón, junto con el Gobierno de Aragón, Aragón Exterior, las organizaciones empresariales, los clústers y el ICEX, «seguiremos trabajando para proporcionar a las empresas los recursos, servicios y capacidades necesarias para expandirse con éxito en los mercados internacionales».

El trabajo de las Cámaras de Comercio aragonesas en los últimos años está muy centrado en desarrollar herramientas de inteligencia de mercado, que permitan tomar decisiones «de forma ágil con un amplio conocimiento de qué pasa en los mercados», explicó Nieves Ágreda. «Hace un mes presentamos una herramienta nueva que hemos para optimizar la planificación de la cadena de suministros», contó.

Para acabar, Nieves Ágreda insistió en el compromiso de las Cámaras. «Apoyar la internacionalización no es solo una estrategia económica, es un acto de responsabilidad en tiempos de incertidumbre. Construyamos juntos el futuro del sector exportador aragonés».

**FABRICACIÓN,
COMPRA,
REPARACIÓN,
ALMACENAJE,
DISTRIBUCIÓN
Y SERVICIOS
DE POOL**

QUERQUS

**EMBALAJES
SOSTENIBLES**

Gestión de Residuos

Tratamiento NIMF_15

Logística Integral

RAP de Envases

www.querqus.es

ISO 9001
ISO 14001
ISO 45001
BUREAU VERITAS
Certificación

PEFC

Mesa redonda

Laura Trives



Los representantes de ALIA, Ebroacero, la Asociación de Industrias Agroalimentarias de Aragón y Bodegas Aragonesas expusieron su visión del comercio exterior en una mesa redonda.

Diversificación frente a la incertidumbre en las exportaciones

Representantes de ALIA, Ebroacero, la Asociación de Industrias Agroalimentarias de Aragón y Bodegas Aragonesas apuntaron las opciones que existen para que las empresas sigan vendiendo al exterior

Rebeca Magallón

La incertidumbre en el sector del comercio exterior, la guerra arancelaria iniciada por Trump o las oportunidades que se abren en un mercado convulso fueron solo algunos de los puntos sobre los que se debatió en la mesa redonda organizada en torno al II Foro Aragón Exporta organizado por EL PERIÓDICO DE ARAGÓN. El coloquio estuvo moderado por el periodista especializado en economía de este diario, Jorge Heras, e intervinieron Luis Villamayor, presidente de la Asociación de Industrias de Alimentación de Aragón (AIAA); Belén Pérez-Caballero, directora comercial de la fundación Ebroacero; Eduardo Corella, presidente del Clúster Logístico de Aragón (ALIA); y Enrique Chueca, CEO de Bodegas Aragonesas.

Desde diferentes sectores e instituciones, los participantes en la mesa iniciaron el debate exponiendo el punto en el que se encuentran sus entidades y

cómo valoran la situación actual del comercio exterior. El primero en tomar la palabra fue Eduardo Corella, quien destacó la capacidad de las empresas de logística aragonesas para adaptarse constantemente a los cambios y afirmó que «los aranceles de Trump son un desafío más y nos va a tocar adaptarnos de la forma más rápida y eficaz posible». Esto se consigue, según sus palabras, gracias a su «alta competitividad, resiliencia y agilidad» en la toma de decisiones.

Además, Corella apuntó que los informes señalan que «el comercio internacional va a seguir creciendo en los próximos años en torno a un 2-3% pese a los aranceles». Eso quiere decir que «van a seguir surgiendo oportunidades aunque es difícil saber dónde». En todo caso, «hay que estar preparados y las empresas aragonesas hemos de aprender a ser más competitivas», subrayó. Y una forma de ser más competitivas es a través de los clúster. «Aragón es un potencia nacional en el mun-

do clúster y lo que busca un clúster es la competitividad de sus empresas y sus asociados a través de proyectos colaborativos», recordó, al tiempo que apeló al apoyo de las entidades financieras y organismo públicos.

Por su parte, Belén Pérez-Caballero apuntó que, para una empresa con una trayectoria de más de 60 años como Ebroacero, esta incertidumbre es «solo un reto más» que lograrán superar a través de «la diversificación y la exploración de nuevos mercados». Pérez-Caballero puso en evidencia las dificultades a las que «día a día se enfrenta una com-

pañía como Ebroacero cuando su materia prima, el acero, siempre ha tenido tanta competitividad». Aseguró que predecir el futuro es «muy complicado», pero insistió en que la respuesta «ha de ser contundente» y ha de llegar conjuntamente y a través de la colaboración con de las Cámaras de Comercio, los clústeres logísticos y demás instituciones.

Desde el punto de vista del sector de la agroalimentación, Luis Villamayor, tranquilizó a los presentes arrojando datos positivos: «El volumen de las exportaciones en la agroindustria se ha multiplicado por cuatro en los últimos diez años y el año pasado se cerró con un saldo neto positivo de 3.700 millones de euros». Sin embargo, estas cifras aún están lejos de las exportaciones de otras comunidades como País Vasco o Cataluña y apuntó que si queremos crecer hemos de incrementar el contacto con mercados internacionales. Y esto pasa, explicó, «por mejorar nuestras conexiones con iniciativas como la

Travesía Central de los Pirineos o la reapertura tan esperada del Canfranc». Villamayor mencionó la Terminal Intermodal de Monzón como «ejemplo de éxito». Destacó también el papel de las pequeñas y medianas empresas a las que, aseguró, hay que acompañar en «esta aventura exportadora».

El último en tomar la palabra fue Enrique Chueca, quien mostró optimismo frente a la posible aplicación de aranceles del 200% al vino. Chueca espera que se quede en un órdago y finalmente «sean aranceles del 20%, máximo 25%» porque si no, añadió, «perjudicará mucho al sector y habrá bodegas y empresas que no se recuperen». Chueca recordó que el sector del vino «ha superado muchas adversidades y esta no nos dejará atrás».

Principales adversidades

La incertidumbre fue la gran protagonista en el momento en el que se les preguntó a los participantes del coloquio

OPORTUNIDADES

El comercio exterior continuará creciendo en torno a un 2-3% en los próximos años

Un placer acompañarte en tu viaje

CÁMARAS ARAGÓN, EL PRIMER PASO
HACIA LA INTERNACIONALIZACIÓN.



Mesa redonda

sobre los principales retos del sector exportador. «La incertidumbre ya forma parte de nuestro ADN», aseguró Corella, «es una variable con la que tenemos que convivir en nuestra rutina diaria», añadió. Pero frente a la inseguridad está la «adaptación». El presidente del Clúster Logístico de Aragón defendió que la solución es «una combinación de agilidad en la toma de decisiones, competitividad y buscar nuevos mercados».

Belén Pérez-Caballero coincidió en sus argumentos y, además, añadió un nuevo factor, la inestabilidad política, «que también hace mella en nuestra producción, pero no podemos perder los nervios». La directora comercial de Ebroacero afirmó que «la calma es nuestra aliada, debemos ser ágiles a la hora de tomar decisiones pero no hacerlo de forma precipitada. Tenemos que asegurar el cumplimiento de los compromisos adquiridos y encontrar una solución que se satisfactoria para todos».

La competitividad se consolidó como la gran oportunidad frente a la incertidumbre, y esta «se consigue gracias a conexiones de calidad con ciudades y comunidades estratégicas», completó Villamayor. Pero para ello, añadió «debemos seguir invirtiendo». Además, puso en valor la «marca personal de los productos aragoneses» en Europa. «Necesitamos que los consumidores españoles y europeos, cuando

compre un producto aragonés, sepan que es un producto de calidad, un producto diferenciado y sostenible». Pero, para ello, se enfrentan a un reto adicional, resumió, «necesitamos financiación y eso no es fácil». El sector de la alimentación depende de los fondos europeos Feader y, apuntilló, «ahora van a dejar fuera a las grandes empresas, por lo que todavía tendremos que trabajar más para seguir siendo competitivos».

Una visión muy diferente expuso el CEO de Bodegas Aragoneas. Enrique Chueca afirmó que «lo que más me preocupa son los legisladores». Estimó que «el sector del vino es legislado por uno sus componentes (el alcohol), y no como producto alimentario, por lo que puedo observar una tendencia legislativa en contra del vino que va a condicionar la estabilidad del sector».

El elefante en la habitación

Si la incertidumbre es la gran protagonista de la película del comercio exterior,

el nuevo presidente de los EEUU, Donald Trump es el villano de la gran pantalla. «Un arancel del 200% para el vino sería terrible», aseveró el CEO de Bodegas Aragoneas. Un 20% de las exportaciones aragonesas de vino van destinadas al país norteamericano, «si esta amenaza se cumple solo enviaríamos un 2% y ¿qué hacemos con el excedente? ¿Qué hacemos con ese 18%?», se preguntó Chueca.

Villamayor coincidió con él: «No sería una buena noticia», reflexionó. Aun así, mantuvo el optimismo en su discurso por «la resiliencia del sector» que ha demostrado que «tiene una gran capacidad para adaptarse a negociar». Para la alimentación, Estados Unidos representa 250 millones de euros de exportación dentro de los 16.000 millones que exporta nuestra comunidad autónoma. Analizó varios grupos dentro de la alimentación que se verían afectados por los recortes, como el vino, que exporta 12 millones; la carne, que supone unos

10 millones; o los dulces, por valor de 10 millones también. Por ello, Villamayor insistió en la fortaleza de las empresas aragonesas: «Si algo nos ha enseñado la crisis provocada por la covid-19 es que los empresarios aragoneses poseen la capacidad de reinventarse y seguir produciendo y vendiendo».

A ese argumento se sumó Pérez-Caballero: «Estamos jugando

a ver cómo ganamos la partida con las piezas que tenemos». La directora comercial explicó que en Ebroacero, por el momento, están encontrando «resquicios» para poder evitar los aranceles porque «no exportamos a EEUU directamente, nosotros vendemos piezas a otras empresas que sí que exportan a los Estados Unidos, entonces nos acaba afectando igual», apuntilló. Y este desconocimiento sobre lo que va a pasar fuerza a las empresas a ser más competitivas: «Antes sufríamos porque las empresas de China fabricaban más barato, y ahora sufriremos también por parte de los clientes que exportan a los Estados Unidos, por ello tenemos que buscar soluciones realmente imaginativas». Asimismo, puntualizó Pérez-Caballero, «cada vez estamos más burocratizados», pero, afirmó, «lo superaremos».

El replanteamiento de las alianzas fue una de las ideas que describió Corella para poder hacerle frente a Estados Unidos: «Debemos enfocarnos en paí-

Los ponentes

Belén Pérez-Caballero

Directora Comercial de Ebroacero



«La calma es nuestra aliada, hay que ser ágiles en la toma de decisiones pero no de forma precipitada, y asegurarnos de cumplir nuestros compromisos»

Eduardo Corella

Presidente del Clúster Logístico de Aragón (ALIA)



«La incertidumbre forma parte de nuestro ADN, es una variable a la que nos enfrentamos en nuestro día a día que salvamos adaptándonos»

Luis Villamayor

Presidente de la Asociación de Industrias de Alimentación de Aragón



«Para seguir creciendo necesitamos buenas conexiones con los mercados internacionales y acompañar a las pymes en la aventura exportadora»

Enrique Chueca

CEO de Bodegas Aragoneas



«El sector del vino ha superado muchas adversidades, la posible entrada de aranceles al 200% perjudicaría mucho, pero no nos dejará atrás»

ses en los que no haya barrera idiomática, en aliados naturales como los países latinoamericanos».

Diversificar para ganar

Para terminar el foro de forma positiva, el moderador de la mesa, Jorge Heras, sugirió a los ponentes que pusieran en común soluciones y oportunidades que consideraran posibles a largo y corto plazo. Belén Pérez-Caballero retomó la idea de su compañero sobre replantear las alianzas existentes: «Nosotros ya tenemos relaciones con países latinoamericanos, pero hay que incrementarlas. Por el momento, aprovechamos para exportar productos para la minería y el cemento, lo exportamos allí porque es donde tienen los recursos naturales». En cuanto a mercados, desde Ebroacero también consideran importante diversificar, puntualizó su directora comercial, «apostar por el sector de la defensa es una garantía de éxito». El gasto en defensa se va a incrementar en los estados miembros de la Unión Europea, en España todavía tiene que ser aprobado por las Cortes Generales, «cuando sea una realidad, ahí estaremos. Ahora mismo, es nuestro mercado natural», sentenció Pérez-Caballero.

Villamayor, por su parte, resaltó los beneficios del acuerdo con Mercosur: «Es un mercado de grandes oportunidades», detalló, «pero no podemos olvidar el mercado europeo, donde estamos demostrando todo nuestro valor».

Por su parte, Enrique Chueca analizó el futuro de su sector: «A la gente le sigue gustando el vino, van a seguir comprando, pero puede que no tanto». Sin embargo, apuntilló, «en Latinoamérica podemos encontrar grandes competidores con empresas muy potentes», por lo que habrá que proceder con precaución. Chueca coincidió con Villamayor, en cuanto al mercado europeo: «Debemos tratarlo como si fuera doméstico, tenemos que crear 17 importadores en Francia, 25 en Alemania, 30 en Inglaterra... tenemos que tratarlo como si fuera España y tuviéramos un distribuidor en cada provincia, no es fácil, pero debemos conseguirlo», finalizó.

Continuar creciendo

Los participantes de la mesa dejaron claro cómo miran al futuro de Aragón, a pesar de sus diferencias, y lo miran «con esperanza, pero precaución», con el reto de seguir apostando por la competitividad y el objetivo de «dejar marca en Europa». Con esa misión se mostraron optimistas para continuar creciendo y afrontando retos en una comunidad autónoma donde las exportaciones pierden algo de fuste tras estar en la cresta de la ola. Los ponentes aseguraron que siguen confiando en que las empresas aragonesas continúen saltando fronteras y llegando a nuevos horizontes comerciales.

Casi 100 años de historia y un horizonte que mira al mundo

Trabajamos cada día para seguir siendo uno de los mayores exportadores de carne porcina en Europa y hoy llevamos nuestro producto a más de 100 países. Seguimos alimentando el futuro con productos cárnicos de calidad, elaborados con respeto y responsabilidad.



La jornada en imágenes

Laura Trives



Eduardo Corella, presidente de ALIA; Nieves Ágreda, directora general adjunta Cámara de Zaragoza; Javier Martínez, director general de Política Económica del Gobierno de Aragón, Ricardo Barceló, director de EL PERIÓDICO DE ARAGÓN; Javier Camo, director gerente de Arex; Cristina Sánchez, gerente de EL PERIÓDICO DE ARAGÓN; Carlos Gimeno, concejal de Economía del Ayuntamiento de Zaragoza; y Luis Villamayor, presidente de AIAA.



Belén Pérez-Caballero (Ebroacero), Marta Sobed (Cámara de Zaragoza), Fernando Rodrigo (ADEA), Benito Tesier (CAAR), Enrique Chueca (Bodegas Aragonesas), Nicolás Espada (Prensa Ibérica), Alejandro Gómez (IAF), Mercedes Gracia (Cámara de Zaragoza) y Jorge Heras (EL PERIÓDICO DE ARAGÓN).



Gonzalo Martín (ITM Filters), Carlos Sánchez (Caixabank), Juan Mangas (Caja Rural de Teruel), Juan Royo (Juan Royo Economistas), Ángel Gil (ALIA), María Pérez (Caja Rural de Aragón) y Pilar Cebollero y Virginia Gramoso (EL PERIÓDICO DE ARAGÓN).



Rafael Paniagua (Fersa), Cristian Córcoles (Samca), Adrián Jaime (Ringo), Raquel Layunta (Cablescom), Álvaro Vignau (JCV), Carlos Sancho y Katharina Mormann (Arex) y Ester de Simón (EL PERIÓDICO DE ARAGÓN).



Jorge Alonso (CEOE Aragón), Santiago Gracia (DO Urbezo), Ignacio Montaner (Endesa), Laura Planillo y Alicia Vicente (Banco Sabadell), Eduardo Villarroya (IQE), Nacho Lahorga (ADEA) y José Ignacio Domingo (AIAA).

Laura Trives



María Jesús Luna (Operinter), Ana Carmen Almenara (Banco Santander), Alberto Rivas y María Ara (Hitachi), Leticia Chueca (Ebroacero), Ana Laín (Querqus) y Daniel Serrate (Segi).



Ignacio García (EL PERIÓDICO), Íñigo Ruíz (Sesé), Miguel Ángel Sánchez-Melendo (Expo Zaragoza Empresarial), Pedro Lobera (OSTA), Ignacio Toro y Jesús Ros (Ibercaja) y Luis Cánovas (Banco Sabadell).



Ricardo Barceló junto a Rafael Paniagua (Fersa) y Benito Tesier (CAAR).



La vicepresidenta de Aragón, Mar Vaquero, a su llegada al foro.



J. Mangas (Caja Rural Teruel) y Sánchez-Melendo (Expo Zaragoza Empresarial).

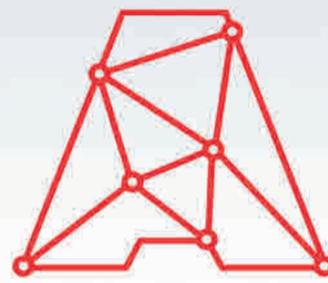
SANZ®
MADE IN SPAIN

Quality keeps us moving



www.csanz.com

Pol. Malpica - Santa Isabel, C/F, 44 y 45 A - 50016 Zaragoza



Aragón Plataforma Logística



Conectando el mundo
Connecting the world

www.aragonplataformalogistica.es



Plataformas:



Sociedades:



Consejo asesor:

