



El director de Exportación de Fini, Massimo Susan, junto al estand de la firma en un evento ferial. CEDIDA

Fini destaca su capacidad para redirigir las golosinas a otros mercados si se complica todo

Z. G.

MURCIA. La industria regional de golosinas también se juega mucho en esta guerra comercial. Es el caso de la compañía Fini, en Molina de Segura, que sigue con atención los acontecimientos, pero sin alarmismos. «Gracias a nuestro sólido plan de internacionaliza-

ción, Fini está presente en más de 110 mercados. Aunque el mercado estadounidense representa una plaza de considerable importancia», reconoce el director de Exportación, Massimo Susan. En este sentido, la compañía de la familia Sánchez Bernal «tiene la capacidad de redirigir su producción hacia otros proyectos y mercados

en caso de que la situación se complique. A pesar de la imposición masiva de aranceles a numerosos mercados, no estamos observando una pérdida de competitividad en los productos de origen español», añade el ejecutivo de Fini.

Hay que tener en cuenta que la empresa que fundó Manuel Sánchez Cano en 1971 cuenta con una importante red de distribución en varios estados de EE UU. «Mantenemos una comunicación constante con nuestros socios y clientes norteamericanos y, hasta el momento, la gran mayoría de nuestros proyectos continúan avanzando según lo planeado», concluye Susan.

De hecho, alerta más sobre la mala cosecha de aceituna que ha habido durante los últimos dos años, con una reducción de alrededor del 60%, que ha hecho que las exportaciones se hayan también reducido al mínimo. Y es que un año normal, esta almazara archenera puede llegar a producir alrededor de 800.000 litros de aceite, que son distribuidos –casi en un 80%–, en territorios del exterior como la Unión Europea y terceros países de los cinco continentes, incluyendo a Estados Unidos.

«A los productos murcianos no les afectan tanto los aranceles impuestos por Donald Trump, porque por regla general somos empresas pequeñas. Sin embargo, a las grandes como Acesur o Migasa sí que les va a afectar y bastante, a pesar de que estas multinacionales tienen sus centrales de envase en Estados Unidos y de aquí llevan los productos a granel», explica este empresario de La Algaída.

«Sinceramente –prosigue To-

más Guillén– creo que nosotros podemos seguir nuestra marcha y ellos la suya, puesto que si las cosas se complican mucho, ellos tienen sus propias cosechas en California. En cuanto a la posible expansión de las crisis a otros países, Guillén no cree que de momento nos pueda afectar, aunque advierte que «la Segunda Guerra Mundial comenzó con una guerra comercial muy grande, pero esperemos que esto no llegue a ese extremo y demos- tremos que hemos aprendido».

Oro líquido de alta gama

El éxito de los aceites de la empresa Valle de Ricote radica en el proceso de molturación, que se realiza desde el olivo, «mimando el fruto en todo momento para la obtención de aceites de alta gama», desglosa el responsable de esta firma, indicando que en la fábrica controlan la temperatura de la batidora para mantener las condiciones idóneas de la ‘molturación en frío’ de los zumos de las aceitunas.

Barahonda, que exporta el 40% de sus vinos a EE UU, espera evitar cancelaciones

ÁNGEL ALONSO

YECLA. El vino puede ser una de las grandes víctimas de la guerra arancelaria. Antes incluso de que comience a aplicarse, una bodega de Yecla ya nota sus efectos. Uno de los importadores de vino de Barahonda ha suspendido ya uno de los encargos habituales que realiza a esta empresa, que, junto a su otra marca, Bodegas Antonio Candela, exporta alrededor del 40% de su producción anual a Estados Unidos.

«No es una cancelación del pedido, es una suspensión a la espera de saber qué va a pasar», explica uno de los propietarios, Antonio Candela, quien, junto a su hermano Alfredo, observa con preocupación las noticias que les llegan de sus representantes en el país de las barras y las estrellas. Según explica el gerente de ambas bodegas, Antonio Candela, un contenedor de vino con botellas valoradas en 4 euros podría ver incrementado su precio final en hasta 100.000 euros.

También se ha producido el efecto contrario: «Hay clientes que, ante este escenario, están adelantando pedidos para que la mercancía cruce la frontera cuanto antes», detalla. Esta reacción, sin embargo, no garantiza estabilidad a medio plazo y complica la logística de las exportaciones. La situación recuerda a la vivida durante la anterior administración de Trump, cuando ya se impusieron ciertos aranceles a productos europeos, entre ellos el vino. En aquella ocasión, las

bodegas yeclanas se libraron por la graduación alcohólica de sus vinos, pero ahora la amenaza es más amplia y directa. «También nos perjudica que esté imponiendo aranceles por países y no por productos. Los vinos de Chile o Argentina tendrán aranceles del 10 %, y nosotros podríamos llegar al 40 %. Es una locura».

Esta bodega lleva décadas «a pico y pala» trabajando las exportaciones en un mercado muy atractivo, porque allí se consume e invierte en buen vino. «Allí hay muchísima competencia. Hemos conseguido aumentar nuestra presencia porque el precio de nuestros productos es muy competitivo y tenemos la uva monastrell, que no se encuentra en otros lugares del mundo», resalta.

Un mercado con gran paladar

En el país norteamericano existe una gran cultura del vino. El consumidor entiende y aprecia el vino. Además, el que se elabora en España ha logrado hacerse un hueco importante entre sus preferencias, aunque los franceses son los grandes acaparadores de dicho mercado.

En mayo, representantes de Barahonda viajarán a una feria internacional en EE UU. Además, siguen recibiendo visitas en sus instalaciones de importadores interesados. «Hace un par de semanas tuvimos un grupo de 25 personas de numerosos estados». Mientras, «estamos a la espera de negociaciones»; y concluye que «algo nos va a subir, pero esperamos que no sea el 40%».



Antonio Candela, en el expositor de vinos de su bodega, en Yecla. A. ALONSO