



Vista parcial del complejo petroquímico de Escombreras, que suministra carburantes a EE UU. ■ P. SÁNCHEZ / AGM

# Las ventas a Estados Unidos se disparan casi un 70% desde la llegada de Trump

**JUAN CARLOS HERNÁNDEZ**

✉ jchernandez@laverdad.es

**Carburantes, golosinas, pimentón, bebidas y maquinaria son los productos murcianos cuya demanda más crece en el país norteamericano**

**MURCIA.** El cambio de inquilino en la Casa Blanca hacía presagiar una nueva guerra comercial entre EE UU y la Unión Europea que socavaría las ventas murcianas a ese país. Ya ocurrió con Bill Clinton, como recuerdan los conserveros. Sin embargo, la única evidencia es que las exportaciones a la tierra de Donald Trump se han disparado un 68,8% entre enero y abril, alcanzando niveles nunca vistos: 161.238.210 euros en solo cuatro meses, según el Instituto de Comercio Exterior (Icex), una cantidad que equivale a más del 40% del total facturado en todo el ejercicio anterior, que ascendió a 379.590.420 euros.

La parte del león se lo lleva el complejo petroquímico de Escombreras. Durante el primer cuatrimestre suministró a EE UU un total de 118.982 toneladas de carburantes y lubrican-

tes, un 241% más que en el mismo período de 2016. Buena parte de esa cantidad fue gasoil para vehículos del Ejército estadounidense, fuel para los buques de la VI Flota y queroseno para aviones. Lo curioso es que una proporción de esos combustibles se obtuvieron a partir del refinado de crudo iraní, libio y venezolano, según los registros del Icex. La facturación sumó 58.624.348 euros.

El sector agroalimentario también está en racha. Entre enero y abril facturó allí 49.120.590 euros, un 10,1% más. Los productos más vendidos fueron golosinas (15 millones, +55%) y especias, sobre todo pimentón (12,7 millones, +20,8%). Las conservas vegetales, en cambio, siguen sufriendo la competencia china (gajos de mandarina y frutas de hueso en almíbar, sobre todo) y peruana (alcachofa marinada), con 12,4 millones que supusieron un retroceso del -10%. El queso de Murcia al vino prosigue su avance, con 3,5 millones facturados en ese período, un 35,7% más.

Las bebidas también experimentan una subida en las ventas, con 13.110.612 euros, un 19% más respecto al primer cuatrimestre de 2016. Destacan los vinos (8,8 millones, +4%) y licores (2,3 millones, +8,5%), mientras que los zumos empiezan a meter cabeza (1,8 millones, +380%) en un mercado dominado por la competencia brasileña.

La tecnología murciana también es tenida en cuenta. Así, la exportación de maquinaria de envase y em-

balaje reportó 9.448.725 euros (+68,2%); los aparatos relacionados con la industria farmacéutica, otros 4.487.517 euros (+21,6%), y los equipos para procesado de alimentos, 4.122.339 euros (+80%).

Y, por fin, los bienes de consumo 'made in Murcia' empiezan a fluir hacia Estados Unidos. Su exportación aportó 8.370.411 euros, un 67% más. Las empresas de calzado son las más intrépidas, con 5,4 millones (+72%). La industria textil y del mueble aún esperan su turno.

## Lo que se compra

Dentro de España, Murcia ocupa el sexto lugar entre las provincias que más venden a EE UU, por detrás de Barcelona, Madrid, Valencia, Vizcaya y Tarragona. La balanza comercial resulta este año desfavorable para la Región. Sus exportaciones solo cubren el 88,3% de las importaciones (182,5 millones entre enero y abril). En cambio, el porcentaje fue positivo el año pasado, con una cobertura del 153% (379,5 millones en exportación frente a 247,8 de importación).

**Un total de 726 empresas de la Región comerciaron con importadores estadounidenses durante el año pasado**

## DOS CIFRAS

**161,2**

millones de euros facturó entre enero y abril la venta de productos murcianos a EE UU.

**379,5**

millones de euros sumaron los ingresos de los exportadores de la Región que comercializaron con el país norteamericano en 2016.

¿Que es lo que más se compra desde Murcia? Este año, avionetas y material de aviación (121 millones), crudo (22 millones), materia prima para plásticos (12 millones), frutos oleaginosos (8,6 millones) y equipamiento de navegación aérea (5,8 millones).

Un total de 412 empresas murcianas han vendido sus productos a Estados Unidos en lo que va de año. En 2016 fueron un total de 726.

Dada la dimensión continental del país, el Instituto de Fomento (Info) aconseja hacer una aproximación gradual a distintos mercados regionales (Nordeste, Medio Oeste, Sur, California, Texas, etc.). Las distancias hacen que los circuitos de intermediación sean más largos. Esto afecta al precio final del producto, ya que hay que ir sumando las comisiones de los distintos agentes comerciales.

## Mercado muy exigente

El Info advierte de que el nivel de exigencia en servicio al cliente es muy alto. Sea cual sea la vía que se use para llegar a ellos, el exportador debe garantizar una respuesta igual o mejor que la de las firmas locales.

Las empresas norteamericanas son bastante accesibles, según el Info. Incluso el contacto en frío puede funcionar. Antes de concertar la entrevista es habitual proporcionar catálogos y datos propios. En sectores muy competitivos se pueden llegar a pedir ofertas previamente para ver si se está en precio y no perder el tiempo en una entrevista personal. El vendedor debe acudir con un buen material promocional, hacer una presentación eficaz y utilizar un equipo comercial de primer nivel.

El ritmo de la negociación es rápido. Incluso hay ventas que se cierran en la primera entrevista. En negociaciones más largas, los clientes pueden ceder en algún punto con tal de llegar a un acuerdo lo antes posible y pasar a otro asunto.

Los negociadores americanos suelen disponer de autoridad para la toma de decisiones y esperan que la otra parte la tenga. Se sienten defraudados si su interlocutor tiene que consultar las condiciones de una operación cuando regrese a su país.

Los acuerdos se plasman en contratos muy detallados. El Info recuerda que en Estados Unidos existe un ambiente muy legalista, por lo que es aconsejable contratar un bufete norteamericano, ya que un contrato redactado adecuadamente ofrece garantías frente a posibles litigios. Cuando ya existe una relación comercial, los importadores aprecian que se les informe sobre nuevas ofertas, lanzamiento de productos y nuevos planteamientos estratégicos.