

## A fondo

El país vuelve al mercado económico mundial tras el levantamiento de las sanciones abriendo importantes oportunidades de negocio. Es hora de que las pymes de Aragón empiecen a posicionarse para no estar en desventaja frente a firmas de otros países

# SER DE LOS PRIMEROS EN IRÁN

**S**er el primero es partir de una situación de privilegio. De ahí la conveniencia de posicionarse cuanto antes en el mercado iraní ante las oportunidades de negocio que se han abierto para las empresas tras el levantamiento, a inicios de año por parte de la ONU, Estados Unidos y la Unión Europea, de las sanciones internacionales contra Irán después de cumplir con el acuerdo nuclear. Unas oportunidades en una nación con 78,4 millones de habitantes, con una población joven y formada (el 65% está por debajo de los 35 años) y fronteriza con siete países, lo que representa una puerta de entrada a todo el golfo Pérsico.

«El levantamiento de las sanciones por orden del Consejo de Seguridad de Naciones Unidas supone el regreso del país al mercado económico y financiero internacional. Hasta hace bien poco, en 2015, había muchísimas barreras para que una empresa de España pudiera exportar libremente a Irán y al revés», explica Sharoj Habibi, gerente de Iberopersia Consulting y colaborador de Aragón Exterior en Irán (organismo adscrito al departamento de Economía del Gobierno aragonés).

Esas dificultades han hecho que hayan sido muy pocas las compañías españolas con presencia en el país persa. Una de ellas es la empresa industrial aragonesa Taim Weser, que a finales del año pasado cerró con el Ejecutivo de Teherán un millonario contrato de grúas para una acería en Irán. Un contrato que se suma a los «más de 25» proyectos por un importe superior a los 200 millones de euros realizados por esta firma en tierras iraníes desde los años noventa, tal y como apunta Manuel Teruel, presidente de la compañía y presidente también de la Cámara de Comercio e Industria de Zaragoza, quien ha realizado 50 viajes a Irán.

### «Irán siempre pagó»

«El primer viaje lo realicé en el año 1995 y el primer contrato se firmó en 1997. Somos quizá la empresa española que más potencia ha tenido en ese país. En Aragón hemos sido dos o tres compañías las que hemos tenido presencia, nada más. Había muchísimas líneas de actividad que estaban vetadas por EE. UU. y la UE. Además, a Irán le embargaban los pagos. Era muy complicado poder cobrar y eso ha hecho que durante estos años haya sido difícil la exportación. Las empresas que hemos estado allí ha sido basado en la confianza y debo decir que Irán siempre pagó», destaca Teruel.

Según datos de la Cámara de Comercio de Zaragoza, que recientemente organizó una jornada sobre las expectativas de negocio en el país persa tras el levantamiento de las sanciones económicas, en 2015 las exportaciones de Aragón a Irán fueron por valor de 20,68 millones. Una cifra menor si se tienen en cuenta los 10.567 millones exportados en el último año en la Comunidad, lo que supuso un récord de actividad.

Teruel resalta que se está en la «antesala» de que el mercado iraní se vaya abriendo y que el «signo más claro» será el desbloqueo de todos los fondos que Teherán tiene en los diferentes bancos internacionales. «Para las pequeñas y medianas empresas va a ser un mercado importante. Aunque operaciones antes del segundo semestre yo no lo veo. Otra cosa es que nos vayamos moviendo, posicionando y empecemos ya a orientarnos hacia este nuevo mercado, pero en la actualidad todavía no ha cambiado de estos meses atrás que estaba bloqueado y cerrado a día de hoy», señala el presidente de la Cámara de Comercio, quien añade que es un mercado para apostar pensando sobre todo en más operaciones en el próximo año. «A partir del segundo semestre de 2016 y 2017 es cuando empezarán operaciones nuevas y, sobre todo, para pymes».

También Habibi, que este jueves, 12 de mayo, intervendrá en Zaragoza en otra jornada organizada por Aragón Exterior sobre este nuevo nicho de mercado, hace hincapié en que lo fundamental este primer año es posicionarse para no partir en desventaja frente a compañías de otros países. En este punto, alude a Italia y Alemania como naciones euro-

peas que «nos llevan un poco la delantera». «Por ejemplo, los italianos tienen una ventaja superior respecto a nosotros con el aceite de oliva porque incluso antes de las sanciones se estuvieron moviendo muchísimo», afirma.

### Abierto a todos

El consejo que Habibi da a las pymes aragonesas es que estudien si tienen capacidad en ese mercado. «Hay un nicho de mercado, pero al igual que está abierto para nosotros está abierto para todos países de la Unión Europea, China y un montón de naciones», advierte. «Antes de que el mercado de Irán se vuelva competitivo, en el sentido de que cuando quieras acceder haya multitud de empresas y países, no esperar a que agote su capacidad sino de alguna manera dar el paso de ir, de estudiar el mercado, ver las posibilidades que tiene y si las encuentran ser los primeros en abarcarlo, con todas las dificultades que supone ser el primero», prosigue.

Precisamente uno de los empresarios que estos días está en Irán es Jon Echegaray, director gerente de Multitank, una firma aragonesa dedicada al diseño y fabricación de contenedores y cajas móviles cisterna especiales para el transporte de todo tipo de productos, tanto peligrosos como no peligrosos (líquidos, gases, etc). Ha acudido con motivo de la Feria Internacional del Petróleo de Teherán, a la que su empresa lleva asistiendo desde 2003, pero también tiene cerrada una agenda de reuniones a alto nivel, «incluida una con el ministro iraní de Industria». «Tenemos el firme compromiso de instalar una fábrica allí para contenedores cisterna. Ya tenemos adelantada la selección de la ciudad y el polígono industrial, aunque las negociaciones son lentas», indica Echegaray, quien subraya la «enorme necesidad» que tiene Irán en equipos de transporte de petroquímica y gases.

El equipamiento para la industria petroquímica, petrolera y gas, la automoción y componentes del automóvil, las infraestructuras y transporte ferroviario, la maquinaria para el sector agrario y agroalimentario, el turismo, maquinaria para la minería, las energías renovables, las ingenierías de informática y telecomunicaciones son algunos de los sectores de interés para las empresas de la comunidad aragonesa.

Si una ventaja tienen las compañías españolas, y por ende las aragonesas, respecto a las de otros países es «la buena percepción» que hay en Irán del produc-

to español, tal y como incide el colaborador de Aragón Exterior en Irán. «Nos están muy agradecidos de que en estos años de dificultad haya empresas estratégicas españolas que hemos estado allí», indica, por su parte, Teruel.

En cuanto a la hora de hacer negocios es muy importante contar con personas (a ser posible lugareños) que conozcan el mercado local. Sin olvidar, como dice el presidente de Taim, que el iraní tiene una «genética comercial» muy desarrollada. «Son muy duros contratando, en el sentido de que son muy exigentes en las especificaciones técnicas y negocian muy bien los precios. Pero luego son grandes aliados tuyos y

gente muy seria y cumplidora. Cuando te dan la mano se respeta», resalta.

Mientras, Habibi pone el acento en que los empresarios iraníes valoran mucho el trato cercano y que son fundamentales las relaciones personales a la hora de acceder a un cliente allí. «El mercado iraní es de medio y largo plazo y se tiene que abordar entendiendo que van a dedicar un tiempo a la localización de ese posible cliente. Igualmente el premio también es a medio y largo plazo», asegura. «Siempre digo que lo que tienen que ver es no cómo hacer negocios en Irán sino cómo hacer negocios con Irán», afirma.

MARÍA USÁN

