

ALMERÍA TIEMBLA CON LA GUERRA DE LOS ARANCELES

Productores, empresarios y economistas cuentan los efectos que tendrían sobre la economía de la provincia de Almería los aranceles a productos de la UE con los que ha amenazado Donald Trump.

MIGUEL BLANCO
FOTOS: VV.AA.

Cautela y temor, pero confianza en que sabremos superar las adversidades. Es el sentir general de los productores almerienses ante la amenaza de Donald Trump de imponer aranceles a los productos europeos. De momento, en abril comienza a aplicarse un 25% de impuestos a los vehículos fabricados fuera de Estados Unidos. Y el imprevisible presidente americano ha amenazado con “aranceles a gran escala” si Europa y Canadá responden con impuestos a los productos importados de EEUU. Semanas antes, ya había lanzado una bomba: la posibilidad de aplicar un 200% a las exportaciones de vino. También están amenazados los productos frescos y, sobre todo, el aceite de oliva. Almería vende estos productos en Estados Unidos; aunque no a gran escala, y no es aun uno de los principales mercados, sí que es un territorio en expansión donde los productos agroalimentarios almerienses están comenzando a hacerse un hueco. Si Trump cumple la amenaza, este crecimiento podría verse frenado.

Los productores almerienses mantienen de momento cierta reserva sobre cómo les afectaría la imposición de estos aranceles. Confían en que al final prevalezca la sensatez, ya que el impuesto generalizado no solo perjudicaría a los que venden en Estados Unidos, sino que lo haría, sobre todo, a los consumidores de allí. También a los distribuidores y empresas americanas que trabajan con productos europeos y, entre ellos, los españoles y almerienses.

Lo que sí parece claro es que, aunque sea de forma indirecta, los aranceles ya aprobados también perjudicarán los intereses de las empresas almerienses. Los movimientos que generaría en la economía la medida contra los automóviles, una de las principales industrias europeas, pueden provocar que los mercados europeos donde ahora los productos almerienses están bien asentados se frenen. Los consumidores, con menos capacidad de gasto, podrían optar por productos de menos calidad que los que Almería exporta.

En enero de 2025, la provincia de Almería lideró las exportaciones andaluzas, con récord de 712 millones de euros en ventas, el 21% del total de Andalucía. Los productos más vendidos fueron las hortalizas,

con 549 millones; las manufacturas de piedra, yeso y cemento, con 45 millones; los productos cerámicos, con 33 millones; las frutas, con 15,4 millones; y plásticos y sus manufacturas, con 12,5 millones.

Los principales mercados son Alemania, con 215 millones, el 30% del total; Reino Unido, con 80 millones, el 11,3%; Países Bajos, con 77 millones, el 10,8%; Francia, con 70 millones, el 9,8%; y Estados Unidos, con 34 millones, el 4,8% y un crecimiento del 20,5% respecto a enero del año pasado.

En 2024, la provincia de Almería exportó por valor de 5.685 millones. Las hortalizas suponen el 60% de estas exportaciones, con 3.382 millones; las manufacturas de piedra y yeso, con 544 millones, fueron el 9,6%; y las frutas, con 468 millones, alcanzaron el 8,3%. Estados Unidos, con 441 millones, el 7,8% del total, fue el quinto país destino de las exportaciones de la provincia.

BOTELLAS DE VINO ALMERIENSE A 40 DÓLARES

Estas buenas cifras, de récord, se ven ahora amenazadas por la voluntad de Donald Trump. Jerónimo Parra, presidente de la Cámara de Comercio de Almería, pone un ejemplo. “Nosotros hemos hecho números con una bodega de aquí que vende a Estados Unidos y nos dicen que una botella que está vendiendo ahora mismo al distribuidor en Estados Unidos a 8 dólares, con los aranceles puede pasar a valer 40 dólares en la tienda”, cuenta, y añade que “esto lo podemos extrapolar a cualquier producto”.

En el caso de los frescos, como frutas y hortalizas, Parra advierte de que, a pesar de que el americano es un mercado menos relevante que el europeo, también podrían sufrir las consecuencias de los aranceles. La industria del automóvil, explica, “es una de las principales economías que tenemos en Europa y la gente que depende de los coches que se fabrican en Europa verá cómo se resiente su economía, y es gente a la que le gusta comer producto español en fresco, así que se podría resentir la venta de estos productos en Europa”.

En la misma línea, Cecilio Peregrín, presidente de la asociación de empresas de la provincia, Asempal, asegura que “la política económica arancelaria que está desplegando la Administración Trump no beneficia a nadie, ni a Europa ni a Estados Unidos. Encarecerá los cos-



SERGIO GIMÉNEZ / FOCO SUR



tes para las empresas, alimenta la inflación y genera un clima de incertidumbre que perjudica al comercio internacional y a la inversión". Peregrín señala que aunque "la amenaza de nuevos aranceles se dirige a sectores muy concretos, como el aceite, el vino, las manufacturas de piedra, el sector agroalimentario o el yeso, lo cierto es que esta guerra comercial puede terminar afectando de forma directa o indirecta a todos los sectores productivos, también en la provincia de Almería". Así, añade que "esta política errática, sumada a los riesgos del complejo contexto geopolítico global, nos obliga a estar muy atentos" y asegura que "desde el tejido empresarial, tenemos que anticiparnos, adaptarnos y establecer estrategias que nos permitan seguir compitiendo en un escenario internacional cambiante".

Con cautela, Luis Miguel Fernández, gerente de Coexpthal, asociación de productores de frutas y hortalizas, cuenta que "por ahora no sabemos qué aranceles habrá o si los va a imponer a las frutas y hortalizas europeas". Ahora mismo, añade, "se está exportando con normalidad y sin tener el mandato de Trump ningún efecto en las exportaciones europeas de frutas y hortalizas". Por eso, considera que de momento "hay que esperar a ver cómo se va a desarrollar y determinar la política arancelaria de los Estados Unidos con las frutas y hortalizas europeas, si finalmente se aprueba".

EL PRECEDENTE DEL ACEITE DE OLIVA

El aceite de oliva es uno de los productos que vendemos a Estados Unidos y que se vería afectado por la implantación de aranceles del 25% a los productos agroalimentarios. Almería tiene empresas vendiendo en este mercado, que aprecia la calidad del aceite de oliva virgen extra de aquí. Uno de estos aceites presentes en tiendas de EEUU es Oro del Desierto, cuyo director comercial, Rafael Alonso Barrau, recuerda que Trump ya impuso aranceles exclusivos al aceite de oliva español en su anterior mandato, por lo que no descarta que la historia se repita.

"Si se aplica de manera homogénea a toda la Unión Europea, siendo la UE el mayor productor de aceite de oliva del mundo, porque produce más del 80%, y España más del 50%, no será mucho problema", considera. La medida le daría "un poco de ventaja a Túnez o Turquía, pero tienen unas existencias limitadas y, cuando las acaben, tendrán que pasar por la

Sobre estas líneas, de izquierda a derecha y de arriba a abajo, Jerónimo Parra, presidente de la Cámara de Comercio de Almería; Cecilio Peregrín, presidente de Asempal; David Uclés, responsable del Barómetro del Colegio de Economistas de Almería; Luis Miguel Fernández, gerente de Coexpthal; Rafael Úbeda, CEO de Castillo de Tabernas; y Rafael Alonso Barrau, director comercial de Oro del Desierto. A la izquierda, aceite y vinos andaluces en EEUU, dos de los productos amenazados.

UE". Así, añade, "alrededor del 70% del aceite de oliva que se consume en EEUU procede de Italia y España y eso no va a cambiar por muchos aranceles que se pongan".

Alonso cuenta además que, este año, el precio del aceite está mucho más bajo en origen y que una subida provocada por aranceles lo dejaría aun por debajo del que tenía hace solo un año. En este sentido, recuerda que "en los últimos años, cuando estaba tan caro el aceite, en EEUU ha seguido creciendo el consumo". De hecho, explica que "la demanda en Estados Unidos se calcula ya por encima de las 400.000 toneladas" y esa cantidad "se tiene que cubrir sí o sí vía Europa". Así, considera que, además de los exportadores, los principales perjudicados serán los propios consumidores americanos, "que no podrán acceder a aceite de oliva barato, porque las alternativas van a ser escasas".

El director comercial de Oro del Desierto tiene claro que es imposible quitarle el puesto a España y a Italia en venta de aceite. "No hay absolutamente ningún país del mundo que en un plazo de 30 o 40 años pueda tener la producción que tiene España, por muchos olivos que se planten, y eso nos pone en posición de ventaja", asegura. Y añade que "a mí no me apetece que me pongan aranceles, porque yo exporto, pero si ocurre, habrá que afrontarlo y seguir hacia delante".

Rafael Úbeda, CEO de Castillo de Tabernas, otra productora de aceite de oliva virgen extra almeriense con presencia en Estados Unidos, también apuesta por la cautela, ya que de momento no se han aprobado nuevos aranceles. Sí recuerda que "en la anterior ocasión repercutió negativamente, porque se produjo un in-



La comarca del mármol sería una de las principales afectadas de Almería, ya que este sector es el principal exportador a Estados Unidos de la provincia, con 314,5 millones de euros en ventas el año pasado.

- cremento de los precios” y considera que, “si se aplican ahora, sería negativo”. Y añade que “España es el principal productor mundial de aceite de oliva virgen extra, un producto cada vez más importante para la salud de los consumidores americanos y una subida de precios puede repercutir negativamente en esos consumidores”.

PIEDRA Y MÁRMOL, EL SECTOR QUE MÁS VENDE EN ESTADOS UNIDOS

El sector almeriense que más se vería afectado, de forma directa, por los aranceles sería el de la piedra natural y el mármol. Es, con diferencia, el que más vende en Estados Unidos, con el 71,3% del total de exportaciones en 2024. En total, esas ventas sumaron 314,5 millones de euros, por los cerca de 7 millones de los productos frescos y otros 3 millones de los productos elaborados. Por ello, “en Almería se vería afectada básicamente la comarca del mármol y los productores de yeso”, apunta David Uclés, responsable del Barómetro del Colegio de Economistas de Almería.

En general, considera que “a corto plazo, no va a ser una debacle a nivel general, pero a las empresas a las que les toque, porque tengan por ejemplo un 30% de sus ventas a Estados Unidos, tendrán un problemón”. Otra cosa es “qué va a suceder cuando se reconfigure toda esa cadena de valor global”, y en esa situación, añade, “podemos terminar ganando o terminar perdiendo por sitios donde ahora mismo no somos capaces de prever”.

Esto es así porque “cuando se generan aranceles no solo se encarecen las importaciones, sino que también se produce el efecto de desviación de comercio”. Es decir, que “al encarecerse relativamente un determinado origen o suministro, las cadenas de suministro globales se reajustan y modifican”. Así, EEUU puede aplicar aranceles a los vinos de la UE y que eso provoque que se vendan menos vinos europeos, pero “eso no quiere decir que se vendan más vinos estadounidenses, porque a lo mejor sustituyen los vinos europeos por vinos chilenos o argentinos”, apunta Uclés.

En cualquier caso, el economista explica que, en una situación de aranceles del 25%, “tenemos el problema de encarecimiento de productos, que empobrece a toda la población, y el problema de las zonas productoras, que tienen que diversificar clientes”. En general, añade, “va a haber menos crecimiento económico para todos, aunque en unos países con más intensidad que en otros”. De momento, “parece que España puede capear el temporal de mejor manera que los demás”.

De hecho, en el documento de ‘Claves económicas y geopolíticas’ editado en marzo por Cajamar, se señala a Alemania e Italia como los países que se verían más perjudicados, puesto que destinan a Estados Unidos el 10,1% y el 9,6% de sus exportaciones, respectivamente. En España, las comunidades con más ventas al país americano son Cataluña, Andalucía y Comunidad Valenciana, aunque si los aranceles se centran en la industria agroalimentaria, los vehículos y el acero y aluminio, a los que Trump amenaza directamente, Andalucía y País Vasco serían las más afectadas.

UN PROBLEMA CON DIFÍCIL SOLUCIÓN

De acabar aprobándose nuevos aranceles a productos europeos, las empresas afectadas tendrían un panorama complicado con pocas soluciones factibles. Está la opción de diversificar las ventas, pero un mercado no se consigue de la noche a la mañana. “Hay que buscar esos países, convencerlos y lograr entrar, y eso lleva tiempo, pero habrá empresas que no tengan ese tiempo, porque se pueden quedar con un recorte de su cuota de mercado importante”, señala Uclés, que añade que esto tendría como consecuencia que “habrá menos empleo a corto plazo” en las zonas donde operan las empresas que se vean afectadas en mayor medida.

Otra solución es llegar a acuerdos, y es por la que apuestan las empresas almerienses. “La Unión Europea debe mantener abiertos todos los canales de diálogo y negociación con Estados Unidos”, asegura Cecilio Peregrín, que añade que, “al mismo tiempo, es importante explorar y fortalecer nuevas alianzas comerciales porque cuando una puerta se cierra, se pueden abrir muchas otras”.

Jerónimo Parra espera que, al final, la amenaza no se cumpla “porque no beneficia absolutamente a nadie, y los americanos serán de los principales perjudicados”. Pero en el caso de que pasara lo peor, “tendríamos que reinventarnos y los almerienses, de eso, sabemos latín, de una provincia desértica hemos hecho un vergel. Los almerienses, ante las adversidades, nos crecemos”.

De momento, la amenaza se ha cumplido para los vehículos. Ahora, habrá que esperar la respuesta de la UE. Y después, la contraréplica de Donald Trump, alguien que, como apunta David Uclés, “tiene una imagen del mundo muy del siglo XIX, muy mercantilista, en la que la riqueza es una tarta y si yo me llevo un trozo no se lo llevan los demás pero no entiende que la tarta puede cambiar de tamaño”. Y esto hace muy difícil cualquier negociación. ■

Firmeza y proporcionalidad si falla la negociación

“La Unión Europea seguirá buscando soluciones negociadas, protegiendo al mismo tiempo sus intereses económicos”, aseguraba Ursula von der Leyen, presidenta de la Comisión Europea, tras confirmarse los aranceles a los vehículos europeos exportados a Estados Unidos. “La industria de la automoción impulsa la innovación, la competitividad y el empleo de alta calidad, gracias a cadenas de suministro profundamente integradas a ambos lados del Atlántico”, señalaba y recordaba que estos impuestos van a perjudicar a los ciudadanos “tanto en Estados Unidos como en la Unión Europea”.

La presidenta de la Comisión Europea explicaba que están evaluando el anuncio, así como “otras medidas que EEUU prevé implementar en los próximos días”. Y es que Trump ya ha confirmado que el 2 de abril, “el día de la liberación”, presentará nuevos aranceles a aquellos países que tengan impuestos de aduana sobre bienes y servicios de Estados Unidos. Solo con los aranceles a los vehículos, el presidente americano calcula que ingresarán entre 600.000 millones y un billón de dólares en los próximos dos años.

Ante esta situación, los sectores amenazados apuestan por el diálogo, algo complicado con una personalidad tan imprevisible como la de Trump. Asimismo, recomiendan cautela. También lo hace Ramón Fernández-Pacheco, consejero de Agricultura, Pesca, Agua y Desarrollo Rural, hasta que se conozcan los detalles de las medidas que imponga la Administración de Trump, si finalmente lo hace.

En este sentido, durante la celebración de la reunión de la Comisión de Agricultura el mes pasado, Fernández-Pacheco aseguró que el Gobierno andaluz “comparte con el sector agrario la preocupación por la política arancelaria anunciada por Estados Unidos” y que la Consejería ya está trabajando para analizar sus posibles impactos. El consejero apuesta por “presentar un frente común y sin fisuras” que facilite “la acción coordinada y conjunta de todas las instituciones, andaluza, española y europea, ante cualquier amenaza arancelaria a nuestro sector agrario”. Asimismo, considera que, si este se ve afectado, habrá que responder “con firmeza y proporcionalidad”.

El senador por el PSOE de Almería, Antonio Martínez, ha asegurado que el Gobierno de España defenderá a los agricultores almerienses frente a los aranceles. Así, señaló que el PSOE “va a seguir apostando por la colaboración entre países, por la apertura comercial y por un sistema multilateral que hoy es más necesario que nunca” y que “vamos a defender nuestros intereses como país, los intereses de la comunidad autónoma y de la provincia de Almería ante quienes quieran atacar las economías europeas con aranceles que están absolutamente injustificados”.



Ramón Fernández-Pacheco en la Comisión de Agricultura

MÁS DE UNO

TODA LA INFORMACIÓN
Y ACTUALIDAD

CARLOS ALSINA

LUNES A VIERNES
DESDE LAS 06:00H

Y TAMBIÉN
CON MUCHO
HUMOR Y
ENTRETENIMIENTO



TU RADIO

