

CEOE y varios expertos consideran el arancel del 15% de Trump «un mal menor frente al 30% esperado»

● La Asociación de Industrias Agroalimentarias de Aragón pide una tasa cero para el vino, el aceite y los productos cárnicos y anticipa consecuencias «negativas» para el sector



Beatriz Callén.

HERALDO



Javier Camo.

RUBÉN LOSADA



Enrique Chueca.

VÍCTOR MATEO



Nieves Ágreda.

JOSÉ MIGUEL MARCO



Santiago Martínez.

TONI GALÁN

ZARAGOZA. Como un «mal menor» valora Beatriz Callén, directora de Estudios y Análisis de CEOE Aragón, el acuerdo sobre los aranceles alcanzado entre el presidente estadounidense, Donald Trump, y la presidenta de la Comisión Europea, Ursula von der Leyen. «Es un 15% lo que han acordado, la mitad del 30% que se esperaba para los productos europeos el 1 de agosto», explica, pero avisa: «El aumento de aranceles siempre es malo para todo el mundo, porque acaba encareciendo el precio de los productos».

«Aunque los aranceles nunca son positivos, el acuerdo aporta certidumbre ya que las empresas saben, al menos, a qué atenerse». Dicho esto, Callén recuerda que la DGA desde Aragón Exterior, ya está trabajando en diversas medidas para ayudar a las compañías a diversificarse y buscar otros mercados alternativos que no les supongan este gravamen. Insiste en que el pacto alcanzado es lo menos malo que podía pasar ya que el automóvil soportaba aranceles del 25% y ahora se quedarán en un 10% menos.

En la misma línea, Carmelo Pérez, secretario de Cepyme Aragón y secretario general de la Federación de Empresarios del Metal de

Zaragoza, considera que «siempre es mejor un acuerdo que la guerra comercial. El arancel del 15% es exactamente igual al establecido por Trump para Japón».

Para el director gerente de Aragón Exterior, Javier Camo, es pronto para valorar el efecto que pueda tener la medida en la economía aragonesa y española. Precisa que ni España ni Aragón tienen una gran exposición directa al mercado norteamericano, pero la estimación de Cámara de España, en línea con otros organismos, habla de un impacto del 0,15% en el producto interior bruto nacional y del 0,05% en el de Aragón. Distinto es, añade, «cómo afecta indirectamente, ya que Aragón y España tienen sobre todo exportaciones intracomunitarias; si los aranceles del 15% afectan mucho a Alemania, Francia o el Reino Unido, también tendrá consecuencias para las exportaciones españolas».

Aragón exportó en 2024 mercancías a Estados Unidos por valor de 235 millones de euros, y en los cinco primeros meses de 2025 por 110 millones. «El peso que tenía este mercado en las exportaciones totales de Aragón era del 1,4% el pasado año y del 1,8% en lo que va de éste», destaca Camo.

EE. UU. era el mercado número 15 para las ventas de Aragón al exterior y ahora está en el número 11.

«Es un acuerdo bastante indefinido todavía», coincide Enrique Chueca, presidente a la Asociación de Industrias Agroalimentarias de Aragón: «Han marcado un arancel del 15%, pero no se sabe ni para quién, ni para cuándo, ni cuántos. Es decir, no está claro que afecte a los productos agrícolas, donde al parecer sigue la negociación», señala.

El fin de la incertidumbre

Por eso, recuerda que desde la Federación de Bodegas de España se está reclamando el arancel cero. Si, finalmente, es el 15%, «va a ser negativo. Para el vino, el mercado americano es importante y no es lógico que lo perdamos». En el ca-

Ni España ni Aragón tienen una gran exposición directa al mercado norteamericano, pero la estimación de Cámara de España habla de un impacto del 0,15% en el PIB nacional y del 0,05% en el de la Comunidad

so de la industria agroalimentaria de Aragón, el vino sería el producto más afectado, seguido de la carne y el aceite de oliva, pero «hay que esperar», insiste Chueca. Pese a todo, dice, no cabe sino «esperar». Al igual que la Federación Española del Vino y el Comité Interprofesional europeo suscribe la petición de un «arancel cero».

Por su parte, para Nieves Ágreda, directora general adjunta de Cámara de Comercio, Industria y Servicios de Zaragoza, «lo bueno» es que «se acaba con la situación de incertidumbre y, al menos, a las empresas este 15% les permite diseñar su planes de negocio con los clientes y saber cómo se quedan frente a los competidores». Incide en que comparando enero y mayo de este año con el mismo periodo del año anterior, el crecimiento interanual de exportaciones a Estados Unidos ha sido del 22%, pese a los aranceles.

Desde Ibercaja, Santiago Martínez, jefe de Análisis económico y financiero, explica que el acuerdo «empeora el arancel genérico del 10% que se impuso en abril, pero aporta una relativa certidumbre tras los vaivenes de los últimos meses en los que hubo amenazas de aranceles del 30% o, incluso, superiores si había represalias de la Unión Europea». Según este experto, «el nuevo arancel supone un deterioro respecto al que había en enero. Asimismo, tampoco se ha alcanzado el objetivo por parte de la Unión Europea de que el arancel fuera del 10%, como para Reino Unido. La interpretación de algunos analistas es que se trata de una claudicación y una derrota».

Los sindicatos también valoran el acuerdo. Así, Comisiones Obreras considera que «representa un retroceso significativo y una oportunidad perdida para avanzar hacia una Europa más fuerte, cohesionada y con verdadera autonomía estratégica». Desde UGT Aragón, el responsable de Industria, Sergio Sancho, critica que «Trump esté vendiendo como bueno un acuerdo del 15% cuando presenta muchas desventajas para Europa». Aunque da «cierta certeza, perjudica a sectores claves» en la industria europea que tendrá «mayor presión».

M. LLORENTE

(Más información en páginas 26 y 27)