

**Implicaciones del acuerdo comercial de la
Unión Europea con Estados Unidos
para las empresas exportadoras de la
Comunidad Valenciana**

28 de Julio 2025

IMPLICACIONES DE ARANCELES DEL 15% A LA UE

La Unión Europea y la Administración Trump han alcanzado finalmente un principio de acuerdo para evitar la imposición de los anunciados aranceles del 30% a los productos europeos en el mercado norteamericano.

El acuerdo alcanzado supone unos aranceles del 15% a los productos importados procedentes de la Unión Europea, incluidos los automóviles.

El impacto directo para las exportaciones de la Comunidad Valenciana de la entrada en vigor de aranceles del 15% el 1 de agosto **será limitado**. Aún así, en línea con las estimaciones realizadas por Cámara España, **las exportaciones valencianas a Estados Unidos podrían retroceder en torno al 10%**, lo que en términos monetarios supone un volumen anual de 285 millones de euros (según datos de 2024).

Las excepciones a este arancel son los productos de la industria del aluminio y el acero, que mantienen unos aranceles del 50%. Sólo el 2,6% de las exportaciones de aluminio (incluido las manufacturas) de la Comunidad Valenciana tienen como mercado de destino Estados Unidos. Asimismo, quedan fuera del acuerdo los productos farmacéuticos, con escasa incidencia en el conjunto de exportaciones valencianas.

La futura evolución de las relaciones comerciales con Estados Unidos va a venir condicionada por aspectos de diversa índole:

- **El mercado estadounidense es el primer mercado fuera de Europa** para los productos valencianos. Las exportaciones valencianas a este país alcanzaron un total de 2.850 millones de euros en 2024, el 7,7% del total exportado por la Comunidad Valenciana. Por su tamaño, su poder adquisitivo y su dinamismo económico, es y seguirá siendo un mercado altamente atractivo para la empresa exportadora valenciana.
- **De las 4.266 empresas que en 2024 exportaron a Estados Unidos, 1.447 son empresas que exportan regularmente.** Las más afectadas serán aquellas que exportan de forma más esporádica.
- El aumento de precios que va a conllevar el aumento de aranceles va a suponer una **caída de las ventas en el mercado norteamericano** (estimadas en torno al 10%), debido a la caída de la demanda de productos importados por parte del consumidor norteamericano. No obstante, para las 142 empresas valencianas implantadas en Estados Unidos no tiene porqué implicar pérdidas de clientes. En los primeros meses de 2025 las exportaciones se han incrementado por la anticipación de los importadores a aumentar stocks ante la posibilidad del aumento de aranceles. El retroceso de las ventas se producirá en la segunda mitad de 2025.
- Dado que las principales partidas que se exportan a Estados Unidos son **productos con elevado valor añadido** (aparatos eléctricos, aparatos médicos, calzado, maquinaria, preparaciones alimenticias, ...), con una elasticidad de la demanda baja (es decir, los aumentos de precios afectan en menor medida a cambios en la

demanda), los efectos negativos sobre la evolución de las ventas serán de menor intensidad.

- El objetivo de la Administración Trump de conseguir a la fuerza una mayor inversión de empresas extranjeras (en este caso valencianas) en el mercado americano choca con la creciente incertidumbre que genera su inestable política arancelaria. Aun así, **empresas con larga tradición exportadora a este país podrían optar por una estrategia de inversión** para fabricar en el mercado americano.
- La **posibilidad de que las empresas americanas busquen nuevos proveedores** entre los países que no se les aplique aranceles adicionales se ve reducida, pues el 15% se sitúa por debajo de los niveles anunciados, y no muy lejos, por ejemplo, del 10% acordado con el Reino Unido y del 15% para Japón. No obstante, con el nuevo arancel, algunas empresas valencianas pueden verse perjudicadas al ser menos competitivas en precio:
 - Los bienes de consumo con ventas significativas en USA como calzado, perfumes, preparaciones alimenticias, muebles. Estados Unidos puede encontrar alternativas en Reino Unido, Turquía, India o algunos países de ASEAN.
 - Los bienes intermedios, como manufacturas de plástico, madera o aluminio: los proveedores alternativos se encuentran en Latinoamérica (Ecuador, Colombia, ...), México y Canadá.
 - Con respecto a bienes de equipo, sobre todo material y aparatos eléctricos, los principales países proveedores se ven amenazados también con aranceles del 30% (México, China, Canadá o países del ASEAN).
 - En el caso de las baldosas cerámicas, nuestro más directo competidor por calidad y precio es Italia, que estará en las mismas condiciones que España.
- Las **semimanufacturas valencianas forman parte de las cadenas de valor de productos europeos**, que a su vez se exportan a Estados Unidos. Situación más acusada en el sector automovilístico, el de maquinaria y sector químico. En tanto en cuanto, las exportaciones de la UE a Estados Unidos se vean afectadas negativamente por el nuevo arancel, también se verán afectadas las valencianas por una menor demanda por parte del mercado europeo. El hecho de que finalmente al sector del automóvil se le aplique el 15% de arancel, en vez del 25%, permite esperar un efecto menos negativo al inicialmente anunciado.
- **Desviación de comercio desde el mercado americano hacia otros mercados con elevado poder adquisitivo**: las empresas de los países a los que USA imponga elevados aranceles tratarán de buscar nuevos mercados donde vender sus productos y la Unión Europea es uno de los principales mercados potenciales. Por tanto, las empresas valencianas se enfrentan a un aumento de la competencia en el mercado nacional y europeo, y para multitud de productos (dado que los aranceles son horizontales para todo tipo de producto).

LA EMPRESA VALENCIANA ANTE LA NUEVA REALIDAD INTERNACIONAL

La incertidumbre que genera la inestabilidad en la política arancelaria a nivel mundial dificulta enormemente las decisiones de inversión y las estrategias de expansión y exportación de las empresas valencianas.

El mundo no se va a simplificar. La empresa se enfrenta a una nueva realidad que moldea las relaciones económicas y políticas internacionales y que incide directamente en las relaciones comerciales y las cadenas de suministro.

Por ello, **las empresas**, tanto exportadoras como las que trabajan en el mercado nacional, **han de estar preparadas para adaptarse a esta realidad:**

- **Reducir riesgos:** Apostando por la diversificación de los mercados de exportación, ante la posible caída de ventas en el mercado americano y del mercado europeo.
- Los aranceles provocarán **un reajuste de las cadenas de suministro**. La volatilidad de la política arancelaria internacional ha de ser aprovechado por la empresa para detectar las debilidades de sus cadenas de suministro ante los aranceles y otras medidas restrictivas al comercio. Adelantarse a diferentes posibles escenarios y planificar estrategias será clave para optimizar la cadena de suministros y evitar perder opciones frente a la competencia. Trabajar en la diversificación de los proveedores, nuevos acuerdos de fabricación, reducción de la dependencia excesiva con pocos socios, etc.
- **Invertir para alcanzar una mayor eficiencia y elevar la productividad.** Invertir en digitalización para lograr una mayor transparencia y resiliencia para sus negocios; invertir en talento tanto para mejorar la capacidad del personal en tecnología como en tomar decisiones con mayor agilidad; invertir en acceso a información con mayor velocidad y profundidad para acceder a nuevos mercados, nuevos clientes y nichos de oportunidad.

Ante esta nueva realidad internacional **las Administraciones Públicas han de trabajar para que las empresas puedan competir en mejores condiciones.** Trabajo que ha de ir encaminado a facilitarles la actividad comercial, evitando costes adicionales:

- Trabajar en la reducción de la elevada burocracia que implica las operaciones de comercio exterior, mejorando la transparencia y trazabilidad.
- Generando líneas de ayuda y acompañamiento, realmente eficientes, que facilite el acceso a nuevos mercados y la adopción de la tecnología y capacidades digitales necesarias para elevar el valor añadido de los productos y servicios exportados.
- Seguir trabajando en alcanzar acuerdos comerciales beneficiosos con diversos mercados internacionales, pero tratando de agilizar dichos acuerdos y reducir plazos, dado que los cambios son ahora más rápidos y profundos a nivel mundial.

ANEXO: PRINCIPALES PRODUCTOS EXPORTADOS POR LA COMUNIDAD VALENCIANA A ESTADOS UNIDOS

Principales capítulos exportados por la Comunidad Valenciana a Estados Unidos.
Enero-mayo (Fuente: ICEX)

CAPÍTULOS	2025 Miles €	2024 Miles €	2023 Miles €
85 APARATOS Y MATERIAL ELÉCTRICOS	387.047	283.214	290.921
69 PRODUCTOS CERÁMICOS	229.571	199.526	190.151
84 MÁQUINAS Y APARATOS MECÁNICOS	73.217	104.135	114.885
64 CALZADO; SUS PARTES	49.343	49.139	57.877
90 APARATOS ÓPTICOS, MEDIDA, MÉDICOS	45.203	48.755	56.429
94 MUEBLES, SILLAS, LÁMPARAS	42.518	40.291	46.322
20 CONSERVAS VERDURA O FRUTA; ZUMOS	41.880	41.648	49.994
39 MATERIAS PLÁSTICAS; SUS MANUFACTURAS	30.996	27.073	15.583
44 MADERA Y SUS MANUFACTURAS	24.640	16.008	12.782
27 COMBUSTIBLES, ACEITES MINERALES	23.993	61.887	25.777
07 LEGUMBRES, HORTALIZAS FRESCAS	18.330	28.303	26.472
29 PRODUCTOS QUÍMICOS ORGÁNICOS	15.029	17.577	16.621
73 MANUFACTURAS DE HIERRO Y ACERO	12.249	8.188	5.641
32 TANINO; MATERIAS COLORANTES; ESMALTES	11.356	7.958	7.224
33 ACEITES ESENCIALES; PERFUMERÍA; COSMÉTICA	11.306	7.382	5.973
21 PREPARACIONES ALIMENTICIAS DIVERSAS	10.971	5.398	9.458
87 VEHÍCULOS AUTOMÓVILES Y COMPONENTES	10.947	21.414	155.910
76 ALUMINIO Y SUS MANUFACTURAS	10.177	8.139	5.353
22 BEBIDAS TODO TIPO (EXC. ZUMOS)	10.020	9.332	7.886
17 AZÚCARES; ARTÍCULOS CONFITERÍA	8.978	17.444	17.283
48 PAPEL, CARTÓN; SUS MANUFACTURAS	7.166	7.002	5.246
68 MANUFACTURAS DE PIEDRA, YESO	6.699	12.068	12.687
70 VIDRIO Y SUS MANUFACTURAS	6.512	6.465	8.553
13 JUGOS Y EXTRACTOS VEGETALES	5.912	6.620	16.533
40 CAUCHO Y SUS MANUFACTURAS	5.515	1.321	1.424
56 FIELTRO, TELA S/ TEJER; CORDEL	5.274	4.737	1.938
16 CONSERVAS DE CARNE O PESCADO	4.642	1.417	937
03 PESCADOS, CRUSTÁCEOS, MOLUSCOS	4.437	6.074	5.362
83 MANUFACT. DIVERSAS DE METALES	3.758	1.311	1.484
25 SAL, YESO, PIEDRAS S/ TRABAJAR	3.395	3.315	2.122
38 OTROS PRODUCTOS QUÍMICOS	3.383	132.063	55.040
31 ABONOS	3.359	615	1.496
95 JUGUETES, JUEGOS, ARTÍC. DEPOR	3.010	4.973	1.216
08 FRUTAS /FRUTOS, S/ CONSERVAR	2.518	6.013	3.030
19 PRODUC. DE CEREALES, DE PASTEL	2.419	1.233	1.020
88 AERONAVES; VEHÍCULOS ESPACIALE	2.258	3.197	2.131
15 GRASAS, ACEITE ANIMAL O VEGETA	2.174	8.940	2.401
36 PÓLVORAS Y EXPLOSIVOS	2.123	3.095	1.579
82 HERRAMIEN. Y CUCHILL. METÁLIC.	1.665	945	831