

## ECONOMÍA Y TRABAJO

VIENE DE LA PÁGINA ANTERIOR

garantizará la igualdad de condiciones para las empresas estadounidenses", añadió. Hasta ahora, Washington ha rechazado al menos cuatro propuestas de Bruselas para zanjar el tema, según Bloomberg.

Para facilitar una salida, Airbus anunció hace un mes que renunciaba a las condiciones favorables de los préstamos otorgados por España y Francia para su avión A350. Bruselas se lanzó entonces a pedir el fin de los aranceles por boca de su comisario de Comercio, Phil Hogan. Pero ese gesto sigue sin llegar, y la factura aumenta por momentos: organizaciones de exportadores de vinos franceses hablan de una caída de los envíos del 35% y pérdidas de 415 millones anuales, mientras que el campo español se ha dejado 200 millones en siete meses.

En ese complejo entorno, Bruselas insiste por ahora en la mano tendida. Y anuncia nuevos esfuerzos negociadores por parte del comisario Hogan, "con miras a encontrar una solución basada en el diálogo constructivo y los beneficios mutuos en lugar de en el conflicto".

## Horizonte electoral

A menos de tres meses de las elecciones en Estados Unidos, la UE no quiere renunciar al objetivo de paralizar los aranceles antes de los comicios. Sobre el papel, la eventual salida de Donald Trump de la Casa Blanca que pronostican las encuestas allanaría el camino a una solución, pero los Veintisiete no quieren jugarlo todo a lo que digan las urnas. Ni tampoco condenar a productores y fabricantes a sufrir los aranceles hasta la incierta irrupción de un nuevo interludio, más amable para sus intereses, en 2021.

La guerra comercial es también una de las primeras pruebas de fuego para Londres tras abandonar el club comunitario. Con su salida de la Unión Europea, el Reino Unido ha emprendido su propia estrategia para liberar a los productos de su país de los aranceles estadounidenses, al mismo tiempo que busca impulsar un tratado de libre comercio con Estados Unidos. La ministra de Comercio británica, Liz Truss, explicó esta semana que las tasas han impactado significativamente en la comercialización del whisky escocés, lo que tildó de "inaceptable".

En Washington, el consenso sobre la necesidad del castigo no es total, ni siquiera en las filas del propio Trump. Un grupo de trece senadores —siete republicanos y seis demócratas— enviaron esta semana una carta a Lighthizer para pedirle la suspensión de los aranceles argumentando que las empresas en ambos lados del Atlántico "ya han sufrido suficiente" con la imposición de las tasas en el último año. Como ejemplo citaron precisamente la caída de las ventas del whisky escocés, del 33% entre octubre del año pasado y mayo de este año.

# El campo español pierde 200 millones de euros en siete meses por los aranceles

HUGO GUTIÉRREZ, Madrid  
El anuncio de que EE UU mantendrá los aranceles a los productos españoles se recibió con cierta resignación. El sector agroalimentario respira una vez que Washington no ha aumentado el número de productos afectados, aunque tenía la esperanza

de que se eliminasen. Solo así se cortaría el "impacto devastador" que tienen, como lo definió ayer la ministra Reyes Maroto. Las pérdidas acumuladas, si se comparan las exportaciones entre noviembre y mayo con las del año anterior, están ya en torno a los 200 millones. Y la cuenta sigue creciendo.

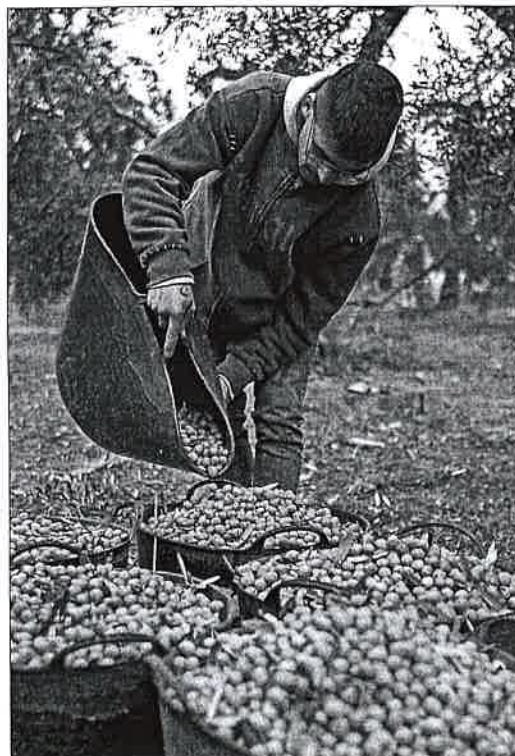
El Ministerio de Agricultura sitúa la importancia que el mercado de Estados Unidos tiene para las exportaciones del sector: es el segundo destino de los productos españoles, solo superado por la UE, con alimentos exportados por valor de 2.175,21 millones de euros en 2019. De ahí el golpe que suponen estos aranceles. Según el ministerio, los más golpeados entre noviembre y mayo son el aceite de oliva (124 millones menos exportados, un -49,23%), vinos (52 millones menos, un -52%), aceitunas (cinco millones menos, un -6,68%) y quesos (6,5 millones menos, un -13,82%). Estos productos suman 187 millones por debajo de lo vendido un año antes. A la lista habría que añadir las pérdidas de otros alimentos con aranceles no contabilizados en este análisis. Un desastre que irá a más en un sector muy mermado.

Las organizaciones agrarias mencionan los datos de la Plataforma contra los Aranceles, con información proporcionada por FIAB (Federación Española de Industrias de Alimentación y Bebidas), que al final beben de los mismos datos de Comercio Exterior. Según su última actualización, de noviembre a abril se han exportado a Estados Unidos 193,57 millones menos de los productos sancionados. En este caso solo se cuentan seis meses, a falta de incluir mayo, pero se contabilizan todos los alimentos con arancel, de ahí las pequeñas variaciones.

"El Gobierno de España rechaza esta decisión y confía en que se alcance un acuerdo que revierta la actual dinámica en las relaciones comerciales entre ambos países", aseguró ayer el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo en un comunicado. Maroto reconoció en la cadena SER que el golpe sobre el campo español es catastrófico: "Han tenido un impacto devastador en el sector agroalimentario. Si se mantienen los aranceles, va a seguir teniendo un impacto muy negativo en nuestras exportaciones". Sin paños calientes.

La preocupación en las principales organizaciones agrarias es evidente. Todas coinciden en que la tesitura podría incluso haber empeorado, en parte por un calendario endiablado, con elecciones en EE UU en noviembre. La decisión de mantener los aranceles como estaban es un alivio, aunque resultado duro decirlo con los productores al límite. "No es lo que deseábamos, pero podía haber sido peor", dice Pedro Barato, presidente de Asaja.

Esta parte favorable no esconden que el daño provocado es irre-



Un trabajador, en la recogida de aceitunas en Sevilla. / PACO PUENTES

## Vender más barato para ir a otros mercados

Los productores ven muy difícil asumir los aranceles. Y el impuesto se nota en el precio final, por lo que el consumidor acaba sustituyendo el producto por otro similar. En algunos casos, como el vino, "el sobrecoste lo asume de momento la industria española, lo que repercute en los viticultores. Pero no es sostenible", reconoce Miguel Blanco, secretario general de COAG.

La única alternativa viable que les queda es buscar nuevos destinos, aunque esto se hace a costa de la rentabilidad. "Se ha bajado el precio para entrar en nuevos mercados de Asia o la UE, en algunos casos incluso por debajo de coste. Pero esto no se puede soportar en el tiempo porque arruinará al productor y la industria", añade Blanco.

A las pérdidas reales de unos 200 millones en solo siete meses, se añade que los productores pierden su posición en el mercado, que otros ocupan, y, además, para darles salida en nuevos mercados, tienen que bajar sus precios. Eso o quedarse un año casi en blanco. "El mercado de algunos sectores, especialmente el de la aceituna de mesa, se ha perdido. Muchas cooperativas vendían a EE UU el 80% o 90% de su producción, por lo que se han quedado sin nada", explican portavoces de la Unión de Pequeños Agricultores (UPA).

Ante esta situación, todo queda a la espera de lo que ocurra con el panel de la OMC sobre ayudas de Estados Unidos a Boeing. Con esto, la situación podría cambiar con un reequilibrio de fuerzas por parte de Europa si imponen aranceles a productos norteamericanos. Todos los consultados prefieren evitar la guerra comercial, aunque nadie la descarta por el momento. "Hay que negociar, pero si no reducen o eliminan los aranceles no quedará otra que entrar en la guerra arancelaria", sostiene Miguel Blanco, secretario general de COAG.

## Los precios turísticos lastran la inflación

EL PAÍS, Madrid  
El mes de julio, el primero completo sin estado de alarma, trajo una nueva caída de los precios. El IPC descendió hasta el 0,6%, tres décimas menos que en junio, encadenando así cuatro meses en negativo. El incremento de la movilidad provocó una subida de los carburantes, que sujetaron un tanto el índice, pero no impulsó el turismo como hubiesen deseado los empresarios del ramo. Así, la caída de los precios de bienes y servicios relacionados con el turismo fue el principal lastre de los precios en julio. También los alimentos contribuyeron a rebajar la tasa.

La inflación, que transitaba a comienzos de año en torno al 1%, sufrió un notable bajón como consecuencia de la pandemia. La caída de los precios de los combustibles y la energía fue el principal causante de la caída del IPC durante el estado de alarma, por las restricciones a la movilidad. Conforme avanzaba la desescalada, los carburantes han ido ganando terreno. Subieron un 3,1% respecto al mes anterior, llevando la partida de transportes a recuperar siete décimas respecto al mes anterior. No obstante, la tasa sigue en terreno negativo, -4,5%.

En sentido contrario, dentro del grupo de transporte destaca también la caída de los precios del transporte aéreo de pasajeros. Con las aerolíneas intentando recuperar pasajeros a marchas forzadas, los billetes de avión fueron un 6,3% menos que un año antes. Otros bienes y servicios relacionados con el turismo, como la hostelería, también van a la baja. La partida que más lastró el IPC fue la de hoteles, cafés y restaurantes, y dentro de ésta, los servicios de alojamiento, que registran una caída anual del 11,1% (los hoteles, del 18%). Los paquetes turísticos bajaron un 4,3 interanual, arrastrando consigo al grupo de ocio y cultura, que se situó en el -1,1%, ocho décimas menos que en junio.

### Alimentos a la baja

También contribuyeron a ahondar la tasa de inflación los alimentos y bebidas no alcohólicas, cuya tasa disminuyó seis décimas, hasta el 2,2%, gracias, sobre todo, a la caída de precios de las frutas y verduras. Las primeras, aunque están un 9,6% más caras que en julio de 2019, se abarataron un 5,8% respecto al mes anterior, mientras que las segundas cayeron un 2,7% mensual y su tasa anual está ya en negativo.

También las comunicaciones redujeron su tasa, hasta el -1,2%, dos puntos por debajo de la de junio, por la rebaja de los servicios de telefonía, que contrastan con las subidas de un año antes.