



Comercio exterior, aspectos a considerar en 2025

Economía, comercio mundial y geopolítica son conceptos indisolubles, la imprevisibilidad a la que están sometidos en los últimos tiempos se contagia de uno a otro, lo que plantea un 2025 plagado de incertidumbre.

Vamos a hacer un breve repaso a los elementos que conviene tener en el radar este año:

- **Acuerdo de la UE con MERCOSUR.** el texto de la negociación del acuerdo comercial es definitivo y supone la eliminación de más del 90% de los aranceles bilaterales entre ambos bloques, reduciendo barreras no arancelarias y armonizando normativas sanitarias, fitosanitarias y normas de origen. Se abre así todo un enorme mercado, listo para recibir los productos e inversiones de empresas españolas.
- **Victoria de Trump** en las elecciones presidenciales de 2024: Donald Trump advirtió durante toda su campaña electoral que aplicaría una política proteccionista en su mercado con un arancel universal. Esto afectaría a las exportaciones hacia los Estados Unidos y, por

mencionar algún dato, podría suponer poner en riesgo un 2,5% del PIB alemán según un estudio de El Economista. Estados Unidos es el mercado más lucrativo del mundo y, aunque esta es una noticia poco halagüeña, habrá que ver si finalmente afirmaciones tan gruesas son llevadas a cabo o serán relajadas a la hora de la verdad. En todo caso la preocupación del comercio internacional está sobre la mesa.

- **Continúa la guerra de Ucrania.** Significa costes energéticos más elevados para Europa y por tanto un incremento en los costes de producción. A las consecuencias económicas del sabotaje del gasoducto Nord Stream 2 que traía gran parte del gas ruso hasta Europa le tenemos que sumar la interrupción del paso de gas a través del gasoducto que pasa por Ucrania, que se ha negado a renovar el convenio de 5 años que permitía a Rusia enviar gas a través de este. Mayores costes energéticos llevan asociados una disminución en la competitividad de los productos fabricados en la

UE, y las repercusiones ya se están haciendo notar. No obstante, la Unión Europea ha demostrado una resiliencia mayor de lo esperado ante este panorama y cuenta con un 95% de reservas energéticas que deberían evitar una crisis como la de 2022.



- **Problemas en Alemania y Francia.** Son las economías más influyentes de Europa y actualmente se enfrentan a retos que podrían arrastrar a los vecinos comunitarios. Derivada de los problemas energéticos, Alemania atraviesa una crisis sin precedentes en su sector industrial, histórica locomotora de la economía europea.
- **Desbloqueo de las relaciones comerciales con Argelia.** Tras dos

años desde la interrupción de las operaciones comerciales con Argelia por cuestiones de política exterior, el pasado 7 de noviembre se anunció que la cooperación quedaba totalmente reestablecida y ambos países podían volver a trabajar con normalidad.

- **El año de la IA.** Se prevé un aumento masivo en el uso de herramientas como el blockchain y la inteligencia artificial para optimizar la logística de las operaciones y garantizar la transparencia en las cadenas de suministro. El 64% de las pymes en España ya utiliza o ha experimentado con la IA, y según Salesforce el 83% de ellas afirma que está suponiendo una ayuda para incrementar su facturación.
- **Inflación.** Por ahora parece estar controlada pero debemos tener en cuenta que con un panorama tan incierto en el ámbito energético, las tensiones geopolíticas y los precios cambiantes en el petróleo y alimentos puede ser un factor más decisivo de lo que podría parecer a simple vista.

Marruecos se consolida como principal socio de España en África

Por cuarto año consecutivo, Marruecos y España alcanzan cifras récord en su intercambio comercial, lo que es reflejo del buen momento que atraviesan sus relaciones diplomáticas. Lo cierto es que se han venido realizando avances en esta

materia que han permitido superar los retos logísticos y disminuir la dificultad de los trámites aduaneros, haciendo los procesos de exportación e importación más fluidos.

Con los últimos datos disponibles de 2024 (de momento hasta octubre), podemos

hablar de un crecimiento interanual de las exportaciones hacia el país africano del entorno del 7%, que es aún mayor si hablamos de las importaciones, donde ronda el 9%. Estas cifras contrastan con el desempeño general de la economía española para con el resto del mundo, que

Es cierto que en estas cifras tiene mucho que ver la reapertura del gaseoducto Magreb-Europa hace dos años, que lleva gas desde Cádiz hacia Marruecos y que fue cerrado por Argelia en su territorio. Ahora el gas fluye hacia Marruecos tras ser regasificado en las instalaciones de plantas de regasificación españolas, y se utiliza mayormente como combustible para las centrales eléctricas marroquíes.

Lo cierto es que no es oro todo lo que reluce en las relaciones con Marruecos. Todos los buenos datos relativos al comercio exterior comentados anteriormente implican comercio marítimo, aéreo o vía gaseoducto,

experimentaron un tímido crecimiento del 0,7% en el período analizado y una reducción en las importaciones del 0,4. A día de hoy Marruecos ha superado a todos los clientes de España de fuera de la Unión Europea (salvo a Estados Unidos) y se sitúa en tercera posición como proveedor.

el problema son las fronteras terrestres. Marruecos incumplió (de nuevo) el acuerdo para abrir las aduanas con España cuando durante la primera semana de enero ya hizo retornar varios camiones con mercancía hacia Ceuta y Melilla. Si el comercio bilateral tiene tan buenas expectativas y las relaciones diplomáticas son excelentes, ¿qué está ocurriendo? Sencillo, Marruecos niega la existencia de fronteras terrestres con España ya que afirma que Ceuta y Melilla son su territorio. Si actuara de forma contraria sería reconocer la falsedad de unos argumentos que solo tienen cabida en el mundo de las ideas.



Conoce el acuerdo comercial con Indonesia y los SPG

En vigor desde 2014, las relaciones comerciales de la UE con Indonesia se basan en el Acuerdo Bilateral de Asociación y Cooperación, que contiene las cuestiones relativas a las relaciones comerciales. En este caso, Indonesia se beneficia de pertenecer al Sistema de Preferencias Generalizadas (SPG), que permite el acceso de sus productos al mercado de la UE en condiciones preferenciales.

Pero, ¿qué es el SPG? Es un instrumento comercial clave de la política comunitaria de ayuda al desarrollo. El SPG es un acuerdo comercial autónomo a través del cual la UE proporciona acceso preferencial no recíproco al mercado comunitario de productos originarios en países y territorios en desarrollo a través de exoneración total o parcial de los derechos arancelarios. Es a través de los ingresos de exportación adicionales que el SPG espera fomentar el crecimiento de sus ingresos y respaldar el crecimiento económico y la creación de empleo.



En abril de 2007, el Consejo de la Unión Europea autorizó a la Comisión Europea a

negociar un acuerdo de libre comercio con la Asociación de Naciones del Sudeste Asiático (ASEAN), de la que Indonesia forma parte. Sin embargo, lo que parecía un proceso prometedor para alcanzar un acuerdo beneficioso, se vio truncado en 2009 ante la imposibilidad manifiesta para negociar con el conjunto de la región asiática por parte de la UE, que comenzó a negociar con los Estados miembros de ASEAN de forma individual. A pesar de ello, la UE mantiene el objetivo estratégico de negociar un acuerdo UE-ASEAN cuando las condiciones sean propicias.

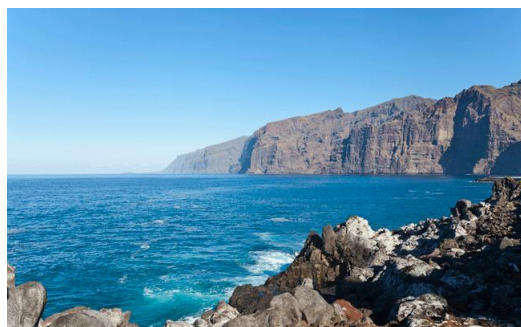
El 18 de julio de 2016, el Consejo de la UE autorizó la apertura de negociaciones con para alcanzar un acuerdo de Libre Comercio entre la UE e Indonesia que se reavivaron en 2020 tras un período de estancamiento, que fue una consecuencia directa del levantamiento del veto indonesio a las bebidas alcohólicas europeas. El fin del acuerdo es similar al resto de tratados comerciales, facilitar el comercio y las inversiones a través de la eliminación de derechos aduaneros y otros obstáculos al comercio.

Es un acuerdo que conviene tener en cuenta de cara a que finalicen las negociaciones, ya que Indonesia es la mayor economía de los países que forman ASEAN (Tailandia, Indonesia, Malasia, Singapur, Filipinas, Myanmar, Brunéi, Camboya, Laos y Vietnam), con un tercio del PIB de la región y la mayor población, de más de 275 millones de personas.

VII Foro Iberoamericano de la Mipyme

Se celebrará a finales de noviembre en la isla de Tenerife con el respaldo de CEOE, SEGIB, CEIB-CEOE e instituciones canarias. El evento reunirá a responsables políticos, empresarios españoles y empresarios de toda Iberoamérica. La anterior edición del evento se celebró en Medellín y reunió a 70 representantes gubernamentales y empresarios iberoamericanos, y en esta ocasión se espera superar con creces estas cifras. El foro abordará cuestiones clave como la creación de fuentes financieras para las Mipymes (micro, mediana y pequeña empresa), simplificación normativa tributaria, laboral y visibilidad comercial dentro de la región. Además, los organizadores han incidido en que en esta edición la **asistencia técnica enfocada en**

internacionalización digital será un tema central. En el contexto del acuerdo UE-Mercosur, este tipo de encuentros son aún más interesantes.



El Área Internacional de Fedeto se pone a disposición de las empresas asociadas interesadas en participar de este foro para intermediar con los organismos correspondientes.

Presentación de la oferta exclusiva de Alibaba.com para empresas asociadas a Fedeto

Tras el éxito de la primera jornada, en la que se informó a las empresas asociadas a Fedeto sobre las ventajas exclusivas a las que tenían acceso en la plataforma, el Área Internacional se dispone a realizar una segunda convocatoria el próximo 12 de febrero a las 10 de la mañana, que podrá seguirse de forma presencial en la sede central de Fedeto o vía Zoom.

Alibaba.com se ha consolidado como la mayor plataforma online del mundo en la que las empresas se encuentran y comienzan a hacer negocios. **Dedicada en exclusiva al comercio B2B**, en el ecosistema de alibaba.com habitan ya más de 50 millones de empresas, que utilizan este sistema tanto para exponer sus productos al mercado mundial como para aprovisionarse de otros que necesitan.

El mecanismo es muy sencillo, tras dar de alta el sitio de la empresa en la plataforma procederemos a colocar en ella nuestro catálogo de productos. La empresa interesada en ellos nos lo hará saber y recibiremos una solicitud para empezar a negociar. **Al no ser un Marketplace destinado al cliente final sino a otras empresas, se establecen pedidos mínimos para los productos, así como rangos de precio** para no desvelar a nuestra competencia precios definitivos.

Recibida la solicitud en nuestro perfil de empresa, tendremos a nuestra disposición toda la información relativa a la empresa que nos contacta, y toda la operación se cerrará fuera de la plataforma, alibaba.com no comisiona por ningún negocio que pueda

surgir de su plataforma, solo facilita el contacto.

¿Cuáles son las **ventajas para los asociados a Fedeto**? Simple, unas condiciones económicas para estar en la plataforma extremadamente ventajosas. Son numerosas las compañías españolas que están utilizando la plataforma para

dinamizar su desempeño en el comercio exterior, y abundan los casos de éxito, desde las pymes a las grandes a las grandes empresas. En España, **la plataforma cuenta con un convenio con la empresa logística DHL**, de las más importantes a nivel mundial, y que brindan apoyo en todas las operaciones.



Nueva normativa para los envases del vino

A finales de diciembre del pasado año, la FEV informaba sobre la nueva normativa relativa al etiquetado QR en los envases para el vino.

El pasado 16 de diciembre el MITERD publicó una **Nota Interpretativa** que dotaba de cierta flexibilidad a la implementación de las obligaciones de marcado de envases recogidas en el RD 1055/2022 cuya entrada en vigor queda establecida en el 1 de enero de 2025.

Aunque el texto contiene ciertas imprecisiones y sin perjuicio de que puedan existir otras interpretaciones, a continuación os facilitamos la interpretación práctica sobre la aplicación de los siguientes puntos recogidos en la Nota según la FEV:

1. **Se establece la posibilidad de incluir la información relativa al contenedor de destino a través de un código QR** para:

- Envases de producto que ya dispusieran del código QR antes de la entrada en vigor del RD 1055/2022. Esto implica que los productos vitivinícolas podrían utilizar el código QR, de forma alternativa a la etiqueta física, independientemente de cuando sean etiquetados, ya que antes del 1 de enero de 2025 ya existía la posibilidad legal de ofrecer cierta información obligatoria en formato digital (para ingredientes y declaración nutricional) y el sector vitivinícola ya tiene ampliamente implementado un código QR que cumple con las reglas indicadas en la NI (accesible desde la primera pantalla y no información de marketing). Por tanto, si se incluye esta información a través del código QR no será necesario incluirla en la etiqueta física.
- Envases de productos con etiquetado en varios idiomas destinados o procedentes

de diversos mercados. Esto implica que, si el producto viene de fuera de España y emplea una etiqueta en varios idiomas, se podrá incluir esta información en el código QR y, por la misma razón, productos envasados en España con destino fuera de España pueden usar el código QR si la información va en varios idiomas. Todo ello para evitar trabas al libre comercio.

No podrán acogerse a esta alternativa aquellos envases marcados en la etiqueta física con una fracción o contenedor distinto a lo establecido en la normativa española, ya sea por voluntad de la empresa o prescripción de otro ordenamiento jurídico aplicable. Se entiende que aplica a envases en cuya etiqueta se identifica un contenedor o fracción en la que depositar el residuo que no coincida con lo que exige al respecto la normativa española (v.g., que diga que el vidrio se debe depositar en el contenedor amarillo).



2. Se establece un periodo transitorio de 6 meses para agotar los stocks de productos que no dispongan de esta información. Esto implica que se podrán poner en el mercado hasta el 30 de junio de 2025, stocks de productos envasados que no cumplan la obligación de mercado o envasar productos con envases vacíos ya etiquetados o serigrafiados sin cumplir dicha obligación. Pasado este periodo transitorio, ya no habría posibilidad de poner productos en el mercado sin la información de mercado obligatoria. Por "puesta en el mercado" se entiende el acuerdo comercial de venta del producto, aunque la distribución aún no haya puesto el producto en el punto de venta.

Promoción internacional

Presentación del producto vino en Perú y Brasil

Resolución de 20/01/2025, del Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha, por la que se aprueba la convocatoria de concesión de subvenciones para la participación en la presentación de producto vino en Perú y Brasil 2025

La convocatoria va dirigida a las **empresas del sector vino** que desarrollen su actividad económica en Castilla-La Mancha.

Tendrá lugar del **22 al 24 de abril de 2025**.

Máximo de **6 empresas beneficiarias**.

Concepto	Coste máx. Subvencionable	% Ayuda	Ayuda IPEX
Cuota de participación	3.600,00 €	50%	1.800,00 €
Viaje de una persona	2.100,00 €	50%	1.050,00 €
Transporte de muestras	900,00 €	50%	450,00 €
Total	6.600,00 €		3.300,00 €

Límite solicitud **05/02/2025**

[Texto completo](#)

[Trámite inscripción](#)

Participación en la Feria IWA Outdoor Classics Nüremberg 2025

Resolución de 20/01/2025, del Instituto de Promoción Exterior de Castilla-La Mancha, por la que se aprueba la convocatoria de concesión de subvenciones para la participación en la **Feria IWA Outdoor Classics Nüremberg 2025**.

La convocatoria va dirigida a las **empresas de la cuchillería, marroquinería, turismo cinegético caza y afines**, que desarrollen su actividad económica en Castilla-La Mancha.

Tendrá lugar del **27 de febrero al 2 de marzo**.

Máximo de **7 empresas beneficiarias**.

Concepto	Coste máx. Subvencionable	% Ayuda	Ayuda IPEX
Alquiler y acondic. Espacio expositivo	4.000,00 €	50%	2.000,00 €
Total	4.000,00 €	50%	2.000,00 €

Límite solicitud **25/02/2025**

[Texto completo](#)

[Trámite inscripción](#)

BOCEX

Es una publicación elaborada por el área internacional de Fedeto. Dirigida a los responsables de comercio exterior de las Pymes de la provincia de Toledo.

Dir. Departamento: **Javier Raso Sánchez**
Responsable del área internacional:
Javier Aroco Ignacio
Contacto: areainternacional@fedeto.es
Tel: 925 22 87 10

colabora



BOLETÍN DE COMERCIO EXTERIOR (BOCEX-fedeto)

enero 2025

