

La amenaza comercial de Trump a España: qué pasaría con el aceite, el vino y los restaurantes

España se ha despertado con una amenaza que, aunque hoy suena abstracta, podría terminar decidiéndose en la barra de cualquier bar después de un cortado. [Donald Trump](#) ha anunciado su intención de cortar “**todo el comercio con España**” como represalia [política](#), una apuesta muy arriesgada que, si pasara del discurso político a medidas oficiales publicadas en el ***Federal Register***, sacudiría la economía nacional y obligaría a reescribir la carta de miles de restaurantes, cafeterías y todo lo que tenga que ver con la alimentación.



Por ahora no existe una **ruptura formal** ni decretos en vigor que paralicen los intercambios comerciales. Sin embargo, el **sector agroalimentario y hostelero** observa el escenario con un nerviosismo evidente. La razón es simple: cuando se tensan las

relaciones entre economías de este tamaño, el conflicto acaba reflejado en la vida cotidiana.

Primero aparece en el precio del aceite, luego en la copa de vino, más tarde en la factura del gas y, finalmente, en el ticket medio que paga el cliente... o que dejará de pagar si las cartas se disparan y salir a comer deja de ser un pequeño capricho cotidiano para convertirse en un lujo calculado dentro de un nuevo presupuesto.

Estados Unidos, un socio difícil de sustituir

Estados Unidos es, al mismo tiempo, un cliente clave y un proveedor complicado de perder. Cada año compra a **España** miles de millones de euros en alimentos y bebidas, con el **aceite de oliva, el vino y la aceituna de mesa** como protagonistas indiscutibles. Además, el mercado estadounidense absorbe una parte significativa de las exportaciones españolas si se analizan todos los sectores.

Al mismo tiempo, **Estados Unidos** también abastece a **España** de materias primas estratégicas. Entre ellas destacan **la soja y el maíz** destinados a la alimentación animal, distintos frutos secos y, de forma creciente, **el gas natural licuado** que alimenta buena parte del sistema energético español.



Cuando una amenaza comercial de este tipo aparece en el horizonte, el impacto no se queda en las estadísticas macroeconómicas. Se traduce en algo mucho más tangible: un proveedor que desaparece, un producto que se encarece, un **menú** que se ajusta y un cliente que empieza a pensarse dos veces si salir a cenar.

El campo español ante el riesgo de perder su gran mercado

Si se produjera una ruptura comercial real, el primer golpe llegaría al campo español a través de las exportaciones. El aceite de oliva ha encontrado en **Estados Unidos** uno de sus principales destinos comerciales. En determinados años se han exportado cientos de miles de toneladas, generando ingresos que superan ampliamente los mil millones de euros.

El vino español también ha consolidado allí uno de sus escaparates más relevantes. Muchas denominaciones de origen han construido su prestigio en el mercado norteamericano botella a botella, apoyándose en restaurantes, distribuidores y consumidores que valoran la diversidad vitivinícola española.

Un cierre repentino obligaría a redirigir ese volumen hacia **Europa** y otros mercados internacionales. Esto generaría inevitablemente un embudo comercial que podría hundir los precios en origen en el corto plazo y poner en riesgo la viabilidad de numerosas explotaciones en el medio plazo.



Campos de cultivos. Foto: Efeagro

Imaginemos el escenario para una **cooperativa de Jaén** o una **bodega canaria** que pierde de golpe a su principal comprador en dólares. Ese excedente debería buscar salida en lineales europeos, en ventas a granel o en el mercado interno, donde el **poder de negociación** es completamente distinto y con otras reglas.

El efecto inesperado en bares y restaurantes

Paradójicamente, una distorsión así también podría generar efectos inesperados en la **restauración española**. Durante un tiempo, el canal **HORECA** podría beneficiarse de un aceite algo más barato o de vinos de gama media y alta con precios más competitivos.

Un bar de menú del día podría recuperar el uso del aceite virgen extra allí donde había pasado a productos más ajustados. Un restaurante gastronómico, por su parte, podría acceder a añadas o referencias que antes estaban destinadas casi exclusivamente a la exportación.



Pero ojo, porque esa buena noticia tiene letra pequeña como la pólizas de seguro. Ese chollo de aceite más barato no sale de una mejora milagrosa del sistema, sale de **agricultores** y **viticultores** cobrando menos por lo que producen. Hoy el cocinero compra más barato, sí... pero mañana puede encontrarse con que ese proveedor ya no está, porque la finca no ha resistido el golpe.

Materias primas y coctelería: el otro lado del conflicto

La otra cara del conflicto aparece en los productos que **España** importa desde **Estados Unidos**. La restauración se sostiene sobre una pirámide de insumos que el comensal rara vez percibe.

La **soja** y el **maíz**, utilizados en los piensos, influyen directamente en el precio de la **carne**, los **huevos** o los

productos lácteos. A esto se suman frutos secos como pistachos, nueces o almendras americanas que aparecen en ensaladas, postres y elaboraciones de repostería.

Además, el sector de la coctelería depende en gran medida de destilados estadounidenses. Bourbons y whiskies forman parte del repertorio habitual de muchas barras.



Si ese flujo se encarece o se corta por aranceles cruzados, el impacto se filtraría poco a poco en la carta. El menú del día tendría que ajustar gramajes o **subir algunos céntimos el precio.** Los **restaurantes gastronómicos** deberían replantear ciertos platos si el fruto seco o el destilado que los sustenta se dispara.

Energía cara: el factor que complica el escenario

A todo esto se suma un elemento que ya pesa en la economía de cualquier cocina profesional: la energía. El gas natural llegó caro a esta crisis.

Tras la sacudida energética iniciada en 2022 con la guerra en **Ucrania**, los precios nunca volvieron a los niveles anteriores. Durante 2025 ya se registraron nuevas subidas que hogares y empresas notaron en sus facturas, y el arranque de 2026 mantiene un coste claramente superior al de la etapa precrisis.

En paralelo, España ha incrementado su dependencia del gas natural licuado procedente de Estados Unidos, hasta convertirlo en uno de sus principales proveedores energéticos.

Esto significa que una escalada comercial llegaría en un momento especialmente delicado. Si ese proveedor clave se vuelve hostil, el mercado energético europeo reaccionaría de inmediato, disparando los precios de futuros y obligando a buscar alternativas en otros países.



Para un restaurante, la traducción es sencilla y brutal: mantener hornos, cámaras frigoríficas y cocinas encendidas cuesta más dinero por servicio.

La dimensión simbólica en la alta cocina

Más allá de los números, la ruptura también tendría una dimensión simbólica. La alta cocina española ha construido buena parte de su relato sobre dos pilares: el producto del territorio y una vocación internacional que la conecta con mercados globales.

Estados Unidos ha sido uno de los principales emisores de turistas gastronómicos y uno de los mercados más importantes para los productos gourmet españoles.

Menos turistas norteamericanos y mayores trabas comerciales

significarían menos mesas ocupadas entre semana, menos maridajes de alto margen y menos ventas de aceite, jamón o vinos icónicos en tiendas especializadas de ciudades como **Nueva York o Miami**.

El sumiller que diseñaba su carta pensando en un cliente llegado de **California** podría empezar a mirar con más atención al mercado europeo.

Kilómetro cero y soberanía gastronómica

En la restauración de gama media -gastrobares, bistrós o barras contemporáneas- la tensión comercial podría acelerar una tendencia que ya estaba en marcha: **el discurso del kilómetro cero**.

Si algunos productos importados se encarecen o desaparecen del catálogo del distribuidor, las cartas girarán inevitablemente hacia el **producto local y de temporada**. No será solo una decisión ideológica, sino también una cuestión de pura matemáticas.



En ese contexto podríamos ver más protagonismo de verduras de proximidad, mayor presencia del cerdo ibérico frente a cortes de vacuno importados y una coctelería que explore destilados europeos o españoles ante la posible escasez de bourbons estadounidenses.

Una guerra comercial que se decide también en la mesa

El bar de menú del día probablemente seguirá sirviendo lentejas con chorizo. Tal vez lo haga con un aceite algo mejor gracias al excedente del mercado, mientras repercute algunos céntimos en el precio para compensar la subida del gas o de la carne.

El restaurante de cocina de mercado podría convertir esa situación en relato gastronómico, explicando al comensal por qué ese vino aparece ahora a un precio más competitivo o por

qué ciertos productos desaparecen de la carta.

La alta cocina, por su parte, tendría que navegar entre dos fuerzas opuestas: una mayor disponibilidad de grandes productos españoles y una posible reducción de su clientela internacional.

Europa, el actor decisivo

Conviene recordar que **España** no negocia sola. Forma parte de la **Unión Europea**, lo que significa que cualquier ruptura comercial con un Estado miembro desencadenaría una respuesta diplomática, jurídica y económica en cadena.



Por esa razón, muchos analistas consideran más probable un endurecimiento arancelario selectivo -especialmente contra aceite, vino, aceitunas o jamón- que un corte total de los intercambios. Sin embargo, incluso ese escenario intermedio bastaría para reordenar la agricultura, la industria alimentaria, la energía y la restauración española durante años.

Lo que hoy parece una amenaza lejana podría terminar redibujando la geografía del gusto en España. Una geopolítica que se discute en despachos y parlamentos, pero que acaba escribiéndose, plato a plato, en la mesa del comensal.

Aove, único y muy español

Los aceites de oliva virgen extra son muy importantes para la alimentación. Es el único aceite que está obtenido naturalmente, es decir que no está rectificado ni desnaturalizado ni refinado, como el resto de los aceites de mesa.

Es además el complemento ideal para aliñar muchos alimentos e igualmente para cocinarlos.

Por Ángel Marqués Ávila. Periodista gastronómico

Aceites de oliva virgen extra

Aceites de oliva virgen extra, para hablar sobre ellos nos ponemos en contacto con el **Doctor Amérigo**, que fue quien introdujo el **Oleocanthal en España en 2013**, y lleva cuatro años trabajando sobre conceptos como grasas insaturadas y saturadas, y fenoles como el Oleocanthal en beneficio de la Salud de los ciudadanos, quien nos declara que " para empezar, debemos decir que solo existe un Aceite de Oliva que es el que

le interesa al consumidor.

Se trata del Aceite de Oliva Virgen Extra. En otro tipo de aceites de oliva o son de muy mala calidad como los aceites de oliva virgen, que tienen muchos defectos como el sabor atrojado, el sabor metálico, el sabor rancio, el sabor a moho etc, o los aceites lampantes que está prohibido su uso humano.



Lo que pasa es que tradicionalmente los diferentes **Ministerios de Agricultura** siguen engañando, incluso en su publicidad cuando anuncian a un actor vendiendo aceite de oliva y haciendo creer que esos aceites son saludables.

Y eso es falso. Es más, es perjudicial para el consumidor si se entera que se llame aceite de oliva a aceites rancios, metálicos o atrojados.

El Ministerio de Agricultura lo hace a propósito. Quieren confundir al consumidor a ver si cuele algún aceite de oliva virgen, que insistimos organolépticamente son malos.

El insiste que “la Salud es lo que Importa” y añade que nuestro interés es elevar el nivel cuanto más se pueda para que los productores de Aove se sientan orgullosos de la labor que están realizando. Es decir, estamos poniendo énfasis, en que la Salud es lo más importante en un [Aove](#). Fundamentalmente de cara al consumidor.

Los Productores ya van entendiendo que plantar olivos no solo significa una” commodity” como plantar otros aceites de soja o girasol, palma, coco etc.

Son los únicos que están contribuyendo a agrandar un producto con enormes características beneficiosas para la Salud. Y que, de hecho, son sin duda la base de la Dieta Mediterránea como ya se ha demostrado cantidad de veces desde el punto de vista científico.



“La Salud es lo que Importa” y añade que nuestro interés es elevar el nivel cuanto más se pueda para que los productores de Aove se sientan orgullosos de la labor que están realizando.

Desgraciadamente utilizar un aceite u otro se sabe a lo largo de consumo de los años, cuando el paciente se da cuenta de que le han engañado utilizando esos aceites malos en lugar de Aceites de Oliva Virgen Extra.

Y nos sugiere que “no solamente porque los Aoves son los únicos que contienen cantidades de grasas saturadas muy bajas y de grasas insaturadas muy altas, sino porque además les diferencia porque son los únicos que tienen fenoles.

Y esos fenoles fundamentalmente son

los que contienen Oleocanthal, Oleaceína, Oleuropeína, Tirosol e Hidrotirosol. “Esos son los 5 jinetes del Apocalipsis”.

Los Aoves se deben de consumir no solo en crudo que dan un carácter organoléptico estupendo, sino que además está bien demostrado, que cocinar, es decir freír, asar, hervir, en una palabra, calentar los Aoves, es verdad que pierden un 50% de sus propiedades, pero siguen siendo muchísimo mejores cuando hablamos de cuidar el aparato digestivo de los consumidores o de los ciudadanos.



Aceites de oliva virgen extra

La bibliografía científica habla solo de Aoves cuando se

refieren a sus condiciones Saludables. Por eso hacemos mucho hincapié en que el consumidor no se deje engañar.

Cuando vaya al supermercado o una tienda, solicite Aoves como garantía de Salud. Lo demás “es un cuento chino”. Lo que pasa es que las presiones políticas, tanto en Europa como en Estados Unidos hacen parecer que sea lo mismo.

Y es un craso error de concepto que desgraciadamente se paga en el tiempo.

Consumir y cocinar con aceites malos, más tarde o más temprano, nuestro aparato digestivo lo paga. Y también nuestra esperanza de vida.

Que por cierto es una de las más altas del mundo, en parte gracias a la alimentación y al consumo de régimen basados en la Dieta Mediterránea.

Es decir, un 50% basado en verduras, hortalizas, legumbres, cereales y del otro 50%, 30% huevos y derivados, 30% pescados, 30% carnes magras y 10% carnes rojas y otros. Y todo ello aderezado o cocinado con **aceites de oliva virgen extra**. Bajo en sodio y bajo

Aceites de oliva virgen extra sello de identidad en la cocina española

La cocina española puede presumir de una alta creatividad elaborando diferentes platos con un toque único y especial, pero como comentan muchos cocineros “ tenemos la suerte de que sea el aceite de oliva el que acompañe, en gran medida, los platos de nuestra cocina mediterránea”.



Los aceites de oliva virgen extra son mantecosidad. Chef Borja Marrero Restaurante Muxgo

Borja Marrero con una cocina de territorio cuya filosofía se basa en el producto de kilómetro 0 y proveedores locales, nos dice que “Los platos del Restaurante Muxgo no se inician en la cocina sino en nuestra propia finca Borja Marrero de carácter ecológico y sostenible”.

Y nos apunta que para él el Aceite de Oliva Extra es mantecosidad, y que es básico en nuestra gastronomía como país. Me parece que no se trata de actualizar si no de ir dando paso a nuestros productos que hacen que la experiencia final sea mejor.

Con más de 270 variedades tan solamente en España, lo importante nos comenta Marrero es dar esa identidad tan importante a cada

plato, con la aportación de sedosidad y aromática que da el AOVE.

Para Rafa de Bedoya, jefe de cocina en el restaurante Aleia de Barcelona con una estrella Michelin, “el aceite de oliva virgen extra es un ingrediente indispensable en nuestra despensa que nos aporta muchísima versatilidad para diferentes elaboraciones.

Cada uno de los aceites de oliva virgen extra nos aporta diferentes matices que tenemos que saber identificar para utilizar en una elaboración u otra, sería interesante dar a conocer los diferentes usos que podemos darle a cada tipo de aceite.



Chef Rafa de Bedoya restaurante Aleia Barcelona

Creo que el AOVE es una seña de identidad de nuestro país, gastronomía y cultura. Debemos de conocer más este producto y

profundizar sobre las diferenciaciones de cada tipo de aceite.

Tenemos que ser embajadores de nuestra tierra y empezando por conocer para poder dar valor a los productos de nuestra tierra.

El italiano pero que lleva muchos años en nuestro país, Paolo Casagrande, pieza clave del restaurante Lasarte, buque insignia de Martín Berasategui en Barcelona.

Con tres estrellas Michelin, es de la opinión de que " el aceite de oliva extra es un ingrediente que a diferencia de muchos otros es versátil y se puede utilizar tanto en preparaciones dulces como saladas. Va bien con carnes, pescados y verduras.



Los chefs Paolo Casagrande y Martín Berasategui

Por lo tanto, es un ingrediente imprescindible en mi cocina, versátil, y que da ese toque que caracteriza mis platos.

Pienso que España nunca ha dejado de actualizar los platos del

día a día con los buenos aceites de oliva extra virgen que se encuentra en su territorio y que cada zona refleja en los platos la característica de su propio aceite de oliva extra, hay siempre que respetar las tradiciones e interpretarla en clave moderna.

Ahora hay una generación que, gracias a lo que dejaron los anteriores cocineros, tratan las materias prima con mucho respeto y saben utilizar cada aceite adecuadamente con las características de la propuesta culinaria presentada al comensal.

Victoria Maseda de Masseda Catering, opina que el Aceite de Oliva Virgen Extra, es un gran aliado en la cocina, creo que junto con la sal es el único ingrediente que puede engrandecer un plato o estropearlo, según el uso que le des.

Y añade que cada día sabemos más acerca de los alimentos y están haciendo un buen trabajo en la comunicación de las ventajas que tiene el AOVE, y que es importante saber utilizar todo lo que tenemos a alcance de la mano y desde luego que la variedad de AOVES son un gran recurso en la cocina.



La chef Victoria Maseda

En España tenemos la suerte de vivir y cocinar en el país más rico del mundo como dice el lema de alimentos de [España](#), es maravilloso poder disfrutar de esas 270 variedades tan diferentes entre ellas.

El AOVE más premiado es de la DOP Priego de Córdoba y su picudo es excepcional, pero desde luego que tenemos grandes AOVES en Jaén, en la zona de Extremadura e incluso en mi querida tierra gallega.

Para esta chef muy vinculada a este producto, los aceites de oliva virgen extra buenos, son aquellos que potencian el sabor del plato sin quitarle protagonismo al producto.

Como chef defensora de nuestro AOVE que hace “showcooking” con él como protagonista, diría que en España, a pesar de estar haciendo un gran trabajo, de tener los mejores chef del mundo, nos queda mucho por andar, por ejemplo, cuando viajas al [extranjero](#) siempre puedes encontrar un restaurante italiano o uno chino, y ¿nuestra cocina?

Poco a poco gracias a grandes chefs estamos conquistando el mundo, pero es una carrera de fondo, esperemos llegar triunfantes a la meta.

Congreso Mundial del Aceite de Oliva lanza la campaña de Navidad ‘Regala Oro Líquido’

El Congreso Mundial del Aceite de Oliva lanza una campaña navideña para valorizar el aceite de oliva como el ingrediente de la felicidad con la familia y amigos, ahora que se puede volver a celebrar juntos.

La Navidad ya está aquí y con ella se intensifican las reuniones con amigos, familiares, clientes o proveedores

alrededor de la mesa para disfrutar de unas fiestas que, por primera vez después de un tiempo, este año sin restricciones, todos juntos.

Unos momentos felices que el Congreso (OOWC) aprovecha para recordar la importancia de disfrutar de uno de los productos estrella de la gastronomía, el aceite de oliva.

Un alimento milenario que forma parte fundamental de la Dieta Mediterránea.

Aceite de Oliva lanza la campaña de Navidad

Para ello, el OOWC lanza una campaña de Navidad bajo el slogan 'Regala oro líquido', con la que se quiere trasladar a la sociedad el valor del producto como ingrediente de la felicidad, animando a todos a compartirlo y regalarlo a familiares, clientes y amigos.



*Regala
oro
líquido*
El ingrediente de la felicidad



Tradición ✨ *Salud* ✨ *Placer*

Congreso Mundial del Aceite de Oliva

A través de un vídeo, la campaña mostrará el aceite de oliva como el aliño perfecto de cada comida, regalo de la [tierra y producto](#) estrella de cualquier cocina.

Pero, sobre todo, el aceite de oliva es tradición, salud y un placer que merece ser compartido con amigos y familiares.

Congreso Mundial del Aceite de Oliva

Además, como proyecto colaborativo, ofrece a las asociaciones, empresas e instituciones del sector la posibilidad de utilizar

los materiales elaborados a modo de felicitación navideña y compartirlos con sus clientes y amigos, para poner en valor el producto y llegar a todos los consumidores en el mundo.

Para ello, además de poder compartir este vídeo, se han diseñado diversas acciones tales como un banner navideño en el que se podrá incluir como firma en los correos, una creatividad y plantilla para stories de Instagram que se podrá compartir en redes sociales personalizada, incluyendo el logotipo de cada uno.

También se facilitarán a todos los que quieran [participar](#) unas postales digitales para poder añadir un logo personalizado.

Estas navidades, es posible regalar oro líquido a tus amigos, familiares, clientes, a todo el mundo.

El aceite girasol escasea y encarece al aceite de oliva

La falta de aceite de girasol por la guerra en Ucrania, país del que España importa más del 60 % de este producto, ha puesto el foco en el aceite de oliva como sustituto, lo que ha aumentado sus precios en origen y lleva ya a algunos expertos a advertir de su desabastecimiento si el conflicto bélico perdura.

El **aceite de girasol** está comenzando a dar visos de escases en los mercados, debido ya que España importa más del 60% a Ucrania.

Esto ha causado que la demanda por parte del **consumidor** del **aceite oliva** aumente con amenazas de causar desabastecimiento.

Esta semana las grandes **cadena de supermercados** comenzaron a vender con racionamiento el **aceite de girasol**. Las compras nerviosas dan paso entre los consumidores que prevén **desabastecimientos** del mismo.

El **aceite de girasol** es altamente demandado por la **restauración**, de hecho, son quienes hacen grandes compras del producto al mayor.

España, es el primer productor de **aceite de oliva** a nivel mundial con un 45% del total de la producción. Es posible que sea este, **el aceite de oliva**, quien pueda paliar la escasez del **aceite de girasol**.



Actualmente España consume de manera interna, solo un tercio de **aceite de oliva** de su producción, el resto se exporta. La

cantidad usual que se coloca en el mercado a la venta es de unas 190.000 toneladas.

De mantenerse la escasez del **aceite de girasol**, provocará una mayor demanda del aceite de oliva, hablamos de unas 90.000 toneladas. Si, la campaña próxima, la cual se prevé que será mala por la sequía, se pueden producir tensiones de precio y desabastecimiento del aceite de oliva.

Hablan los expertos

«Es que no hay», asegura Juan Vilar, consultor y experto del sector

«el stock de seguridad de la oferta sobre la demanda es de 190.000 toneladas nominales. Si se detraen unas 90.000 es muy probable que los [mercados se vean desabastecidos](#) de aceite de oliva. Simplemente, con que haya un incremento adicional por algún otro factor de consumo, va a haber un desabastecimiento».



El aumento de precios en origen que ha experimentado el **aceite de oliva**, se ha colocado por encima de los 3.400 euros por tonelada en el virgen extra, casi 3.400 en el virgen y más de 3.200 en el lampante.

Vilar ha indicado *“la guerra en Ucrania ha acentuado un problema que ya estaba presente debido a las malas previsiones de producción para la próxima campaña”*.

A estos dos factores hay que sumarle la subida de los **costes de producción** provocados por las alzas en la energía y las **materias primas**.

El director general de la Asociación Nacional de Industriales Envasadores y Refinadores de Aceites Comestibles (Anierac), [Primitivo Fernández](#) ante la falta de **aceite de girasol**, dice:

«La industria tiene que adaptarse» y si España es el primer productor de aceite de oliva y también de orujo «tiene que

aprovecharlo».