



INSTITUTO GALEGO
DE PROMOCIÓN
ECONÓMICA

INFORME SECTORIAL

ESTADOS UNIDOS

Antena Igape Miami - Junio 2022



INDICE

1. DATOS GENERALES	3
Características generales y principales indicadores sociales.	3
2. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO	4
2.2 Entorno de negocios	6
2.3 Situación política	10
2.4 Situación económica	10
3. NEGOCIO PARA LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS	12
3.1 Relaciones bilaterales con España	12
3.2 Oportunidades de negocio para empresas gallegas	14
3.2.1 Florida	16
SECTOR DE LA AERONÁUTICA	16
SECTOR DE LA AUTOMOCIÓN	19
SECTOR DE LA BIOTECNOLOGÍA	21
SECTOR TEXTIL	23
SECTOR NAVAL	26
SECTOR ENERGÉTICO	28
SECTOR LOGÍSTICO	30
SECTOR CONSTRUCCIÓN	32
SECTOR AGROALIMENTARIO	34
4. ENTORNO OPERATIVO	39
4.1 Régimen de Comercio e Inversiones	39
4.1.1 Régimen comercial	39
4.1.2 Régimen aplicable a la inversión extranjera	45
4.2 Sistema Fiscal	47
5. FUENTES	54



1. DATOS GENERALES

Características generales y principales indicadores sociales.

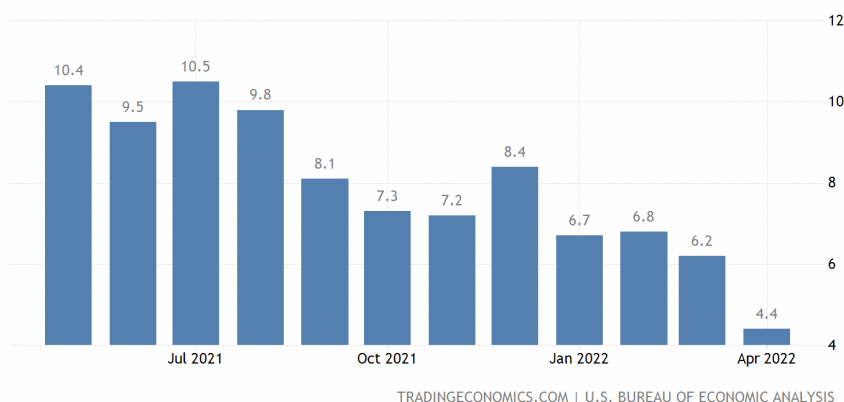
Nombre oficial	Estados Unidos de América
Población	332,725,203 habitantes (1 de junio de 2022) (United States Census Bureau)
Superficie	9.833.517 km ²
Capital EEUU Capital Estado de Florida	Washington D.C. Tallahassee
Religiones	46,5% protestantes, 20,8% católicos, 1,9% judíos, 1,6% mormones y 5,8% otras. 22,8% sin afiliación religiosa
Lenguas Oficiales	Inglés en 32 de los 50 estados, español en algunos estados, hawaiano (en Hawái) y 20 lenguas indígenas oficiales en Alaska. El Español es hablado por un 13,4%
División administrativa	50 estados, un distrito federal y el Estado Libre Asociado de Puerto Rico. Los Estados son: Alabama, Alaska, Arizona, Arkansas, California, Colorado, Connecticut, Delaware, Florida, Georgia, Hawaii, Idaho, Illinois, Indiana, Iowa, Kansas, Kentucky, Louisiana, Maine, Maryland, Massachusetts, Michigan, Minnesota, Mississippi, Missouri, Montana, Nebraska, Nevada, New Hampshire, New Jersey, New Mexico, New York, North Carolina, North Dakota, Ohio, Oklahoma, Oregon, Pennsylvania, Rhode Island, South Carolina, South Dakota, Tennessee, Texas, Utah, Vermont, Virginia, Washington, West Virginia, Wisconsin, Wyoming, a los que hay que añadir el Distrito de Columbia
<p>Índice 15 de desarrollo humano: Es un indicador nacido de la mano del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) que mide el nivel de desarrollo de cada país atendiendo a variables como la esperanza de vida, la educación o el ingreso per cápita. (Ranking mundial sobre 189 países, 2019). Para el año 2020 el HDR, índice de Desarrollo Humano por sus siglas en inglés, fue de un 0,926 ocupando la 17ª posición.</p>	
Límites	Entre los océanos Pacífico y Atlántico, limitando con Canadá al norte y con México al sur. El estado de Alaska está en el noroeste del continente, limitando con Canadá al este y separado de Rusia al oeste por el Estrecho de Bering. El estado de Hawái es un archipiélago polinesio en medio del Océano Pacífico y es el único estado estadounidense que no se encuentra en América. El país también posee varios territorios en el Mar Caribe y en el Océano Pacífico.
Evolución de los tipos de cambio. Promedios del período Dólar estadounidense / Euro	2017: 1,13 / 2018: 1,18 / 2019: 1,11 / 2020: 1,14 / 2021: 1,18 / Cambio actual: 1,06

2. CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO

2.1 Presentación del mercado

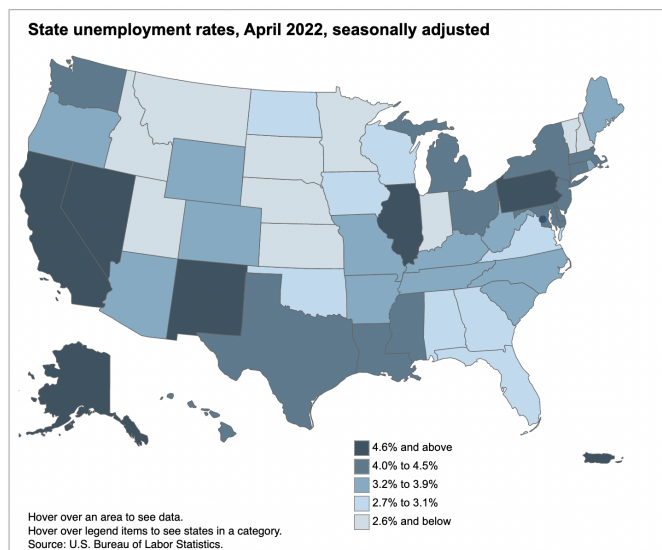
Estados Unidos cuenta con una población de 332 millones de habitantes, con una renta per cápita de \$64.994 USD en 2020. Se trata de un mercado maduro y competitivo que presenta una amplia oferta de productos, a la vez que una tradición muy consumista; el ciudadano norteamericano, es el que más consume del mundo, en este sentido la tasa de ahorro de los hogares en Estados Unidos se ha reducido llegando al 4,4% en abril de este año, frente al 6,2% de marzo del mismo año. El gráfico siguiente muestra las tasas de ahorro de los hogares en los Estados Unidos mensuales desde mediados de 2021.

Tasas de ahorro de los hogares en EE.UU.



Fuente: U.S. Bureau of Economic Analysis

Tasa de Desempleo Estatal - Abril 2022



Fuente: United States Census Bureau

Se trata de un importante mercado con casi 331 millones de consumidores. Los núcleos urbanos sitúan el porcentaje de población urbana por encima del 80% del total, y según proyecciones se prevé que para el 2050 este porcentaje sea del 89,16%. Los Estados más poblados son: California (39,237,836), Texas (29,527,941), Florida (21,781,128) y Nueva York (19,835,913).

Top 10 Most Populous States: 2021

Rank	Geographic Area	April 1, 2020 (Estimates Base)	July 1, 2020	July 1, 2021
1	California	39,538,223	39,499,738	39,237,836
2	Texas	29,145,505	29,217,653	29,527,941
3	Florida	21,538,187	21,569,932	21,781,128
4	New York	20,201,249	20,154,933	19,835,913
5	Pennsylvania	13,002,700	12,989,625	12,964,056
6	Illinois	12,812,508	12,785,245	12,671,469
7	Ohio	11,799,448	11,790,587	11,780,017
8	Georgia	10,711,908	10,725,800	10,799,566
9	North Carolina	10,439,388	10,457,177	10,551,162
10	Michigan	10,077,331	10,067,664	10,050,811

Fuente: United States Census Bureau

En Washington D.C. se localiza la capital político-administrativa, mientras que la “capital financiera” se ubica en Nueva York. Resulta importante destacar el Condado de Miami, con una población de 2.758.636 millones de personas, definiéndose como uno de los centros financieros, comerciales, culturales, turísticos, artísticos y de relaciones internacionales más importantes de Estados Unidos hacia Latinoamérica. Su área metropolitana es la economía más grande de Florida y cuenta con un Producto Interior Bruto de \$344.9 billones (a 9 de diciembre de 2020). Asimismo, según el estudio de GAWC, Miami fue clasificada como una ciudad global Beta + level, es decir, es una ciudad de tamaño medio que vincula las regiones económicas a la red global.

El Condado de Miami-Dade se clasifica como uno de los mejores del país para hacer negocios, principalmente por su entorno fiscal favorable para las empresas, el impresionante crecimiento laboral, los activos estructurales y su proximidad con Latinoamérica. Además, es una de las ciudades mejor

conectadas de Estados Unidos ya que cuenta con infraestructuras como el Aeropuerto Internacional de Miami y el Puerto de Miami.

2.2 Entorno de negocios

El mercado estadounidense puede caracterizarse por su madurez y competitividad con una gran variedad de productos.

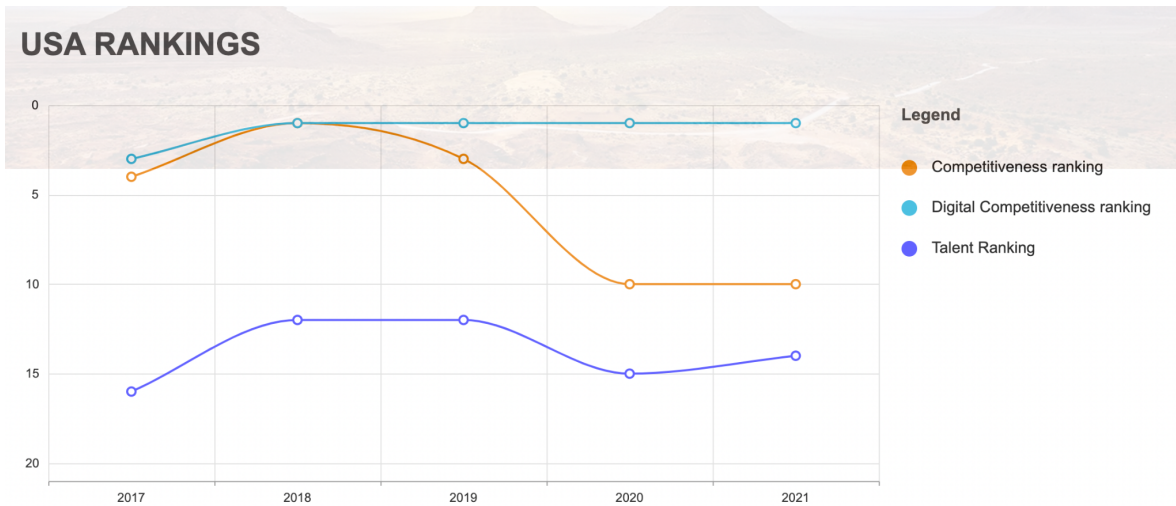
Según el Índice de competitividad Global del World Economic Forum 2019 (año más reciente de publicación de este informe), Estados Unidos ocupa la segunda posición, de un total de 141 economías, en cuanto al nivel de desarrollo de su sistema financiero (España se sitúa en el puesto 23, subiendo 11 puntos con respecto al año anterior); lo que supone una bajada de una posición, ocupando Singapur la primera posición. En la tabla adjunta, se representan las principales variables analizadas del sistema financiero y su comparativa con España.



Fuente: Elaboración propia a través del informe Índice de Competitividad Global del World Economic Forum 2019

Además, según datos del IMD World Competitiveness Online, que incluye 64 países, para el año 2021 en el ranking de competitividad Estados Unidos se situó en el puesto número 10. Cabe destacar que analizando el ranking de competitividad digital ocupó, ese mismo año, el puesto 1 y en el ranking de talentos el 14, tal y como puede observarse en el gráfico siguiente.

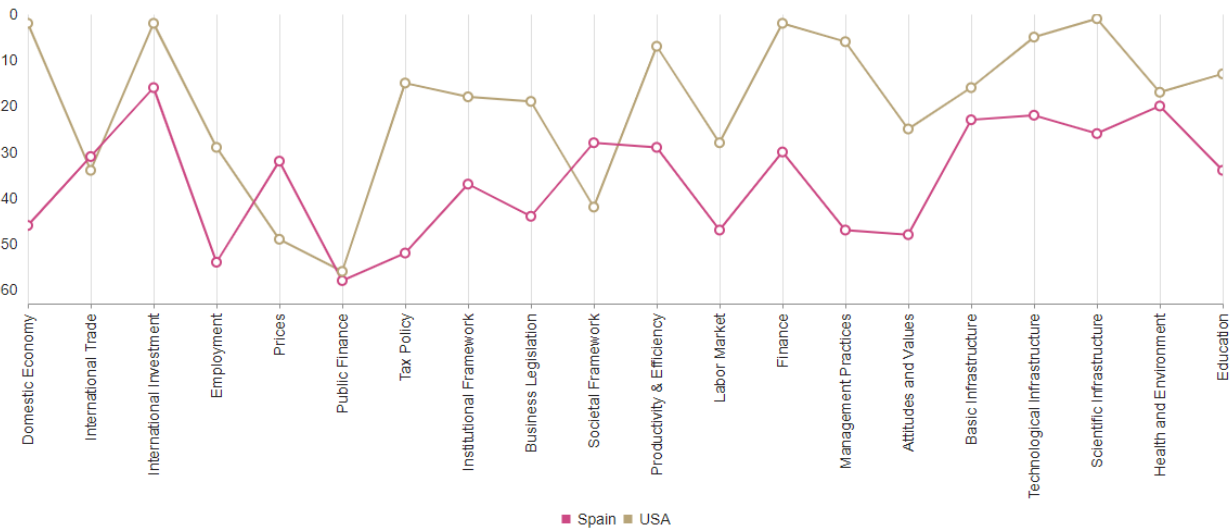
Ranking de Competitividad Estados Unidos



Fuente: IMD WORLD COMPETITIVENESS ONLINE

El siguiente gráfico extraído del IMD World Competitiveness Online, muestra una comparativa de las diferentes puntuaciones que han recibido, tanto Estados Unidos como España, para los indicadores mostrados.

Ranking de Competitividad - comparativa Estados Unidos - España

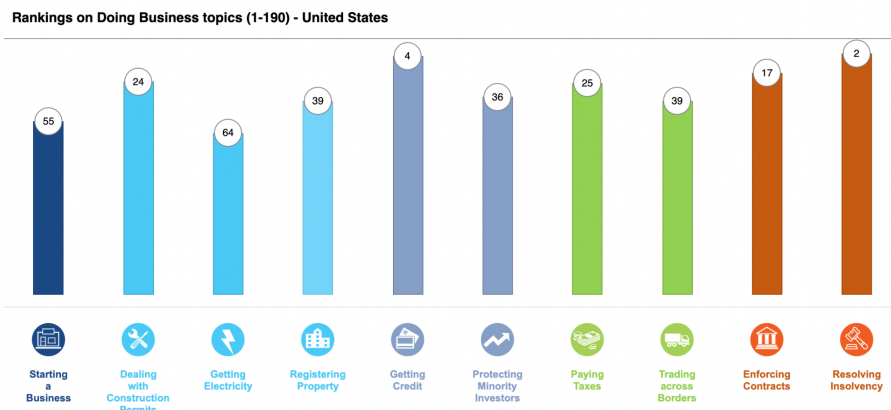


Fuente: IMD WORLD COMPETITIVENESS ONLINE

EE. UU. se posiciona, de acuerdo con el informe Doing Business 2020 del Banco Mundial (último año en que se ha realizado este informe), como el sexto país, entre 190 economías, en el que resulta más fácil hacer negocios, como puede observarse en los gráficos de a continuación. El acceso al crédito y el marco

para la resolución de situaciones de insolvencia son los ámbitos en los que presenta un mejor posicionamiento. En relación con el informe de 2019, la variable ha subido dos puntos.

Ranking on Doing Business Topics USA 2020



Fuente: Doing Business Report 2020

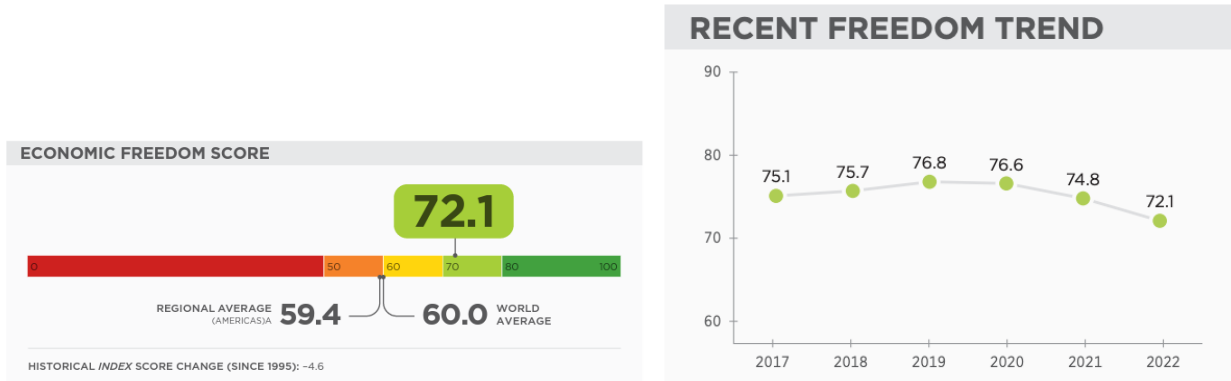
Evolución de los principales valores del Doing Business 2020-2019

Topics	DB 2020 Rank	DB 2020 Score	DB 2019 Score	Change in Score (% points)
Overall	6	84.0	83.6	↑ 0.4
Starting a Business	55	91.6	91.2	↑ 0.4
Dealing with Construction Permits	24	80.0	79.9	↑ 0.1
Getting Electricity	64	82.2	82.1	↑ 0.1
Registering Property	39	76.9	76.9	..
Getting Credit	4	95.0	95.0	..
Protecting Minority Investors	36	71.6	71.6	..
Paying Taxes	25	86.8	84.1	↑ 2.7
Trading across Borders	39	92.0	92.0	..
Enforcing Contracts	17	73.4	72.0	↑ 1.4
Resolving Insolvency	2	90.5	90.9	↓ 0.4

Fuente: Doing Business Report 2020

Asimismo, EE. UU. se sitúa como la 25ª economía más libre del mundo según el Índice 2022 de Libertad Económica elaborado por Heritage Foundation, lo que supone un retroceso con respecto al informe de 2021. Esta bajada refleja el impacto de la pandemia mundial que ha dado lugar a un descenso en el crecimiento económico del país, la inversión y la confianza empresarial.

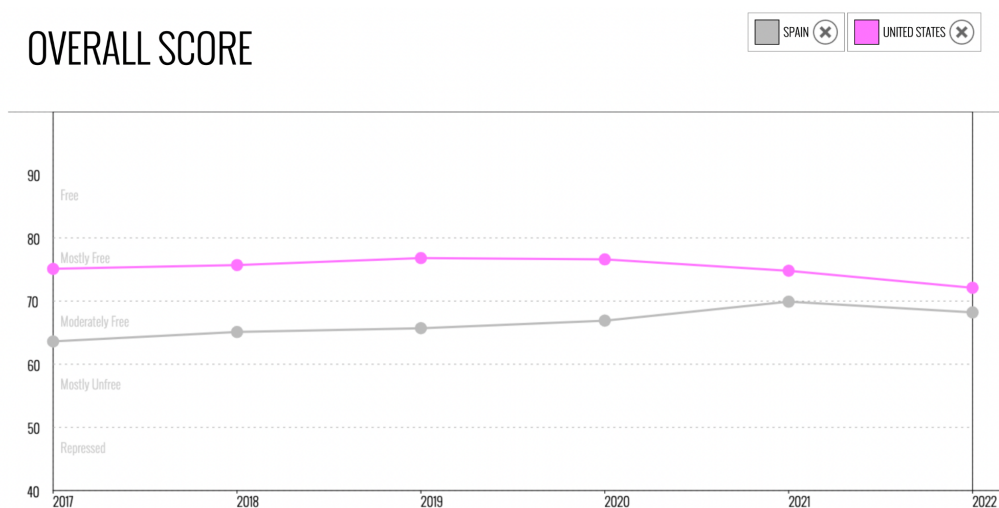
Índice de Libertad Económica



Fuente: 2022 Index of Economic Freedom – The Heritage Foundation

El gráfico siguiente muestra la comparativa entre Estados Unidos y España en cuanto al Índice de Libertad Económica.

Evolución del Índice de Libertad Económica - Estados Unidos vs España



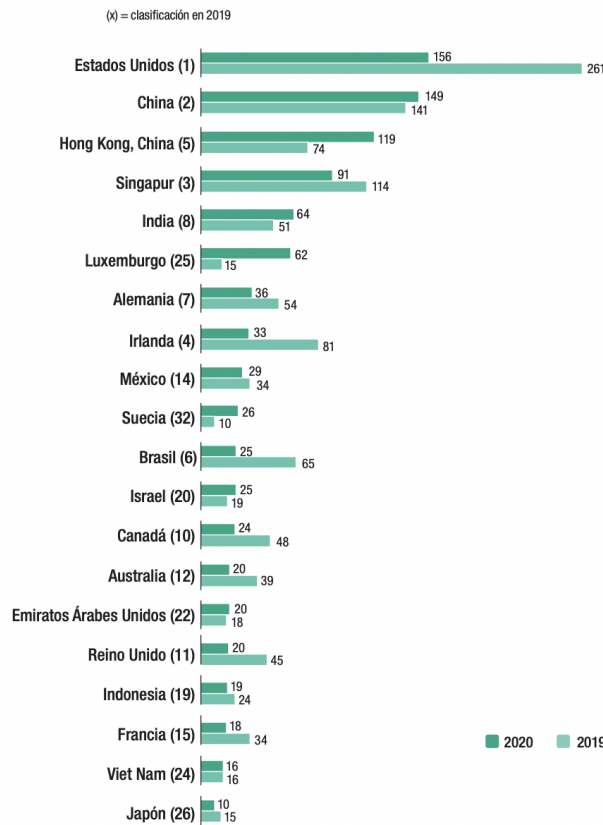
Fuente: 2022 Index of Economic Freedom – The Heritage Foundation

Según se recoge en el Informe de Inversión Mundial 2021 los flujos mundiales de inversión extranjera directa se han visto fuertemente afectados por la pandemia de COVID-19. Reduciéndose en un tercio en el año 2020, hasta el billón de dólares, y quedando muy por debajo del punto más bajo alcanzado tras la crisis financiera mundial de hace una década. Es por ello que la prioridad política de todos los países, es aumentar la inversión para fomentar una recuperación sostenible e inclusiva de la pandemia.

El gráfico siguiente muestra el desplome de las entradas de inversión extranjera en las principales economías receptoras. Especialmente destacable el caso de Estados Unidos donde casi se reduce a la mitad.

Entradas de IED en las 20 principales economías receptoras

Figura 2. Entradas de inversión extranjera directa, 20 principales economías receptoras, 2019-2020 (En miles de millones de dólares)



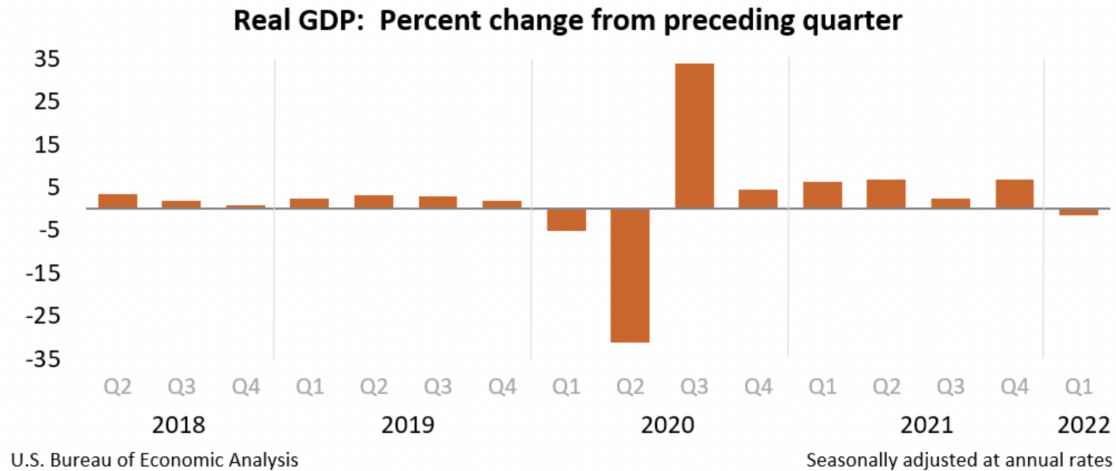
Fuente: UNCTAD

2.3 Situación política

En Estados Unidos está instaurada una República Parlamentaria. La presidencia del país estaba, desde 2017, en manos de Donald Trump, del partido Republicano. Su primer mandato concluyó a comienzos de 2021, ya que Joe Biden es el presidente electo desde el 7 de noviembre de 2020 y fue nombrado el 46 Presidente de Estados Unidos el 20 de enero de 2021.

2.4 Situación económica

EE. UU. registró un crecimiento económico del 6,4% del PIB en el tercer trimestre de 2021. Sin embargo, el Producto Interior Bruto se ha reducido a una tasa anual del 1,4% en el primer trimestre de este año, según la estimación “avanzada” publicada por el Bureau of Economic Analysis, tal y como muestra el gráfico adjunto.



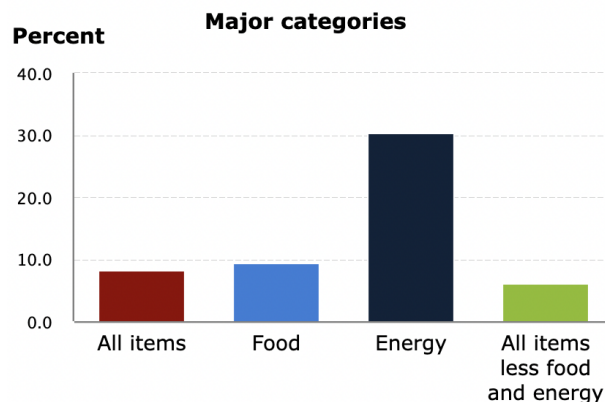
Fuente: U.S. Bureau of Economic Analysis

Cabe destacar el impacto que ha tenido el COVID-19 en la estimación de PIB del primer trimestre de 2022. Durante este período se produjo un aumento de los casos de COVID-19 relacionados con la variante Omicron, lo que provocó continuas restricciones e interrupciones en las operaciones de los establecimientos en algunas partes del país.

La disminución del PIB real reflejó disminuciones en la inversión de inventario privado, las exportaciones, el gasto del gobierno federal y el gasto del gobierno estatal y local, mientras que las importaciones, que son una resta en el cálculo del PIB, aumentaron. También se incrementaron los gastos de consumo personal (PCE), la inversión fija no residencial y la inversión fija residencial.

En lo que respecta al Índice de Precios al Consumidor, el IPC de todos los artículos se incrementó un 0,3% en abril de 2022, aumentando un 8,3% en los últimos 12 meses (sin desestacionalizar). Además, el índice de precios de todos los artículos, excluidos alimentos y energía, aumentó un 0,6% en abril de 2022, un 6,2% durante todo el año.

12-month percentage change, Consumer Price Index, selected categories, April 2022, not seasonally adjusted



Fuente: U.S. Bureau of Labor Statistics

En concreto los precios de los alimentos aumentaron un 10,8% con respecto al año pasado, suponiendo el mayor incremento en 12 meses desde el año 1980.

La posición de inversión internacional neta de EE. UU., es decir, la diferencia entre los activos y pasivos financieros extranjeros de los residentes del país fue de $-\$18,10$ billones de dólares al final del cuarto trimestre de 2021, según las estadísticas publicadas por la Oficina de Análisis Económico de EE. UU.

Los activos totalizaron $\$35,21$ billones y los pasivos $\$53,31$ billones. Al final del segundo trimestre, la posición de inversión neta era de $-\$16,35$ billones.

Los gastos de consumo personal a nivel estatal disminuyeron un 2,6% en 2020 después de aumentar un 3,7% en 2019 según los datos publicados por el U.S. Bureau of Economic Analysis (BEA).

Debe destacarse que los gastos de alimentación y alojamiento, servicios de recreación y atención médica fueron los principales contribuyentes a la disminución a nivel nacional.

A nivel nacional, los gastos en vivienda y servicios públicos aumentaron un 3,8%.

Según estimaciones estatales, el COVID-19 tuvo efectos sobre los gastos de consumo personal en el año 2020, dichos gastos se vieron afectados por la propagación del COVID-19, debido a que los gobiernos levantaron órdenes de “quedarse en casa”. Lo que ha provocado cambios rápidos en la demanda y consumidores, quienes cancelaron, restringieron o reorientaron sus gastos.

Por último, comentar que el déficit de cuenta corriente de EE.UU., que refleja los saldos combinados del comercio de bienes y servicios y los flujos de ingresos entre residentes de EE.UU. y residentes de otros países, se ha reducido un 0,9% en el cuarto trimestre de 2021.

3. NEGOCIO PARA LAS EMPRESAS ESPAÑOLAS

3.1 Relaciones bilaterales con España

Las relaciones bilaterales entre España y EE. UU. son buenas, tanto en el ámbito político como en el económico. Los flujos comerciales y de inversión en el ámbito económico y comercial presentan un elevado dinamismo, incluso en tiempos de crisis. Las visitas institucionales de alto nivel entre ambos países han aumentado de forma notable en los últimos años.

El sector privado español está participando en la ejecución de proyectos de gran envergadura en el que destaca especialmente el sector de infraestructuras, donde en los últimos 5 años las empresas españolas han conseguido contratos de obras y servicios en EE. UU. por un valor superior a los 34.000 M€.

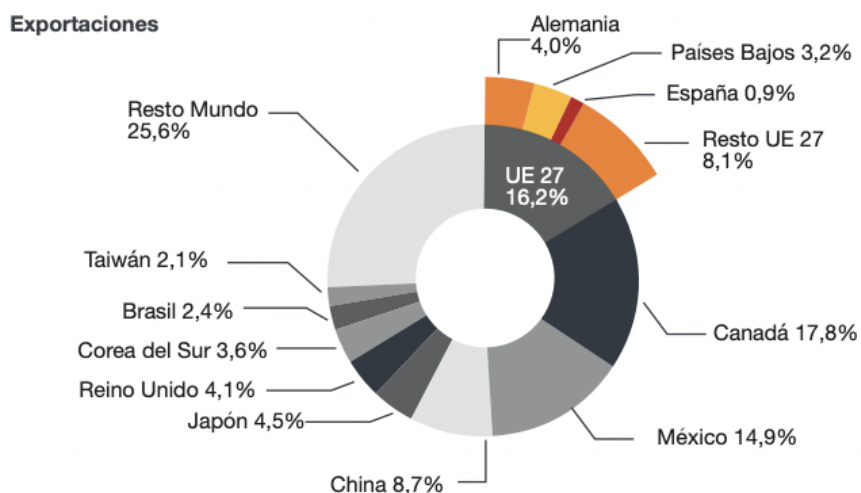
En la actualidad, hay presencia de 10 grupos empresariales españoles de infraestructuras, miembros de Seopan, la patronal de empresas del sector. Esos diez grupos son Abertis, Acciona, ACS, FCC, Ferrovial, Globalvía, OHLA, Roadis, Sacyr y San José. Participan en más de 170 proyectos de un valor total superior a los 78.000 millones de euros.

Destaca la empresa española OHLA, que ha reforzado su presencia en dos de sus principales mercados, Estados Unidos y República Checa, donde ha conseguido contratos con un valor conjunto próximo a los 400 millones de euros. En Estados Unidos, a través de su filial Judlau Contracting, ha incrementado su cartera con un nuevo proyecto en Nueva York, uno de sus principales generadores de negocio en el país.

La constructora española contabilizaba una cartera de más de 1.927 millones de euros en Estados Unidos al término del primer semestre de 2021, lo que representa el 38,1% del total del grupo. Un porcentaje que ha ido creciendo en los últimos años.

El gráfico siguiente extraído del informe del ICEX (2021) muestra los principales países a los que exportó Estados Unidos. Se observa que un porcentaje importante se dirige a la Unión Europea, siendo los principales destinos Alemania y Países Bajos.

Exportaciones EE.UU. 2020

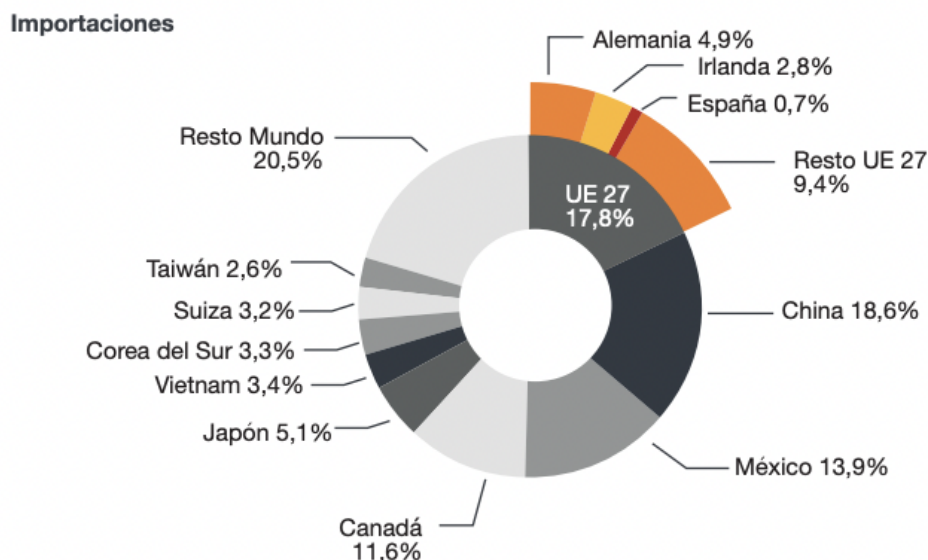


Fuente: ICEX, 2021 – Ficha País Estados Unidos

El total del comercio de exportaciones e importaciones de bienes y servicios entre España y Estados Unidos ascendió en 2021 a 43.797 millones de euros, un 11% más que en 2020, donde alcanzó los 36.461 millones de euros. Esta cifra es ya similar a la alcanzada en 2019, donde se alcanzaron intercambios por valor de 44.208 millones de euros, a pesar de que todavía no se han recuperado los niveles de ingresos por turismo.

Según datos de la ficha país de Estados Unidos, elaborada por el ICEX, las importaciones provenientes de España representaron un 0,7% del total de importaciones del país.

Importaciones EE.UU. 2020



Fuente: ICEX, 2021 – Ficha País Estados Unidos

Estados Unidos es el segundo socio comercial de España fuera de la Unión Europea y tras el Reino Unido. En 2021 representó el sexto destino de las exportaciones españolas de bienes (14.769 millones de euros, un 21,1% más que en 2020, y un 4,66% del total) y el quinto proveedor de España (17.090 M€ un 21,62% más respecto al 2020 y un 4,99% de las importaciones totales).

En los últimos años también ha ganado importancia el comercio de servicios, a pesar de que dicha tendencia se ha visto temporalmente truncada debido al brusco descenso del turismo ocasionado por la crisis sanitaria. Pese a ello, tal y como recogen los datos del informe del ICEX, tanto 2021 como 2020, EE.UU. es el cuarto país por ingresos por exportaciones españolas de servicios (7.454 M€ y 5.953 M€ respectivamente) y el cuarto país por pagos por importaciones españolas de servicios (4.464 M€ y 4.260 M€ respectivamente).

Estados Unidos es el primer inversor en España con 88.656 millones de euros (18,41% del total) en términos acumulados. Así mismo, Estados Unidos también es el primer destino de la inversión española en el exterior, representando un 18,86% del total. Destaca además que España aparece en el décimo puesto del ranking mundial como país inversor de Estados Unidos.

3.2 Oportunidades de negocio para empresas gallegas

El mercado estadounidense resulta especialmente atractivo para las empresas gallegas por varias razones: la gran dimensión del país, la elevada capacidad de compra del ciudadano medio, la importante dotación de infraestructuras, así como su destacada orientación al sector servicios.

Debido precisamente al gran tamaño del mercado, es necesaria la segmentación geográfica para la identificación de oportunidades concretas, en este caso, en el estado de Florida. En Estados Unidos es posible encontrar oportunidades tanto ligadas a la iniciativa privada como a la pública. En este último caso, conviene señalar que a pesar de la existencia del Buy America Act, que obliga a las Administraciones del país a adquirir bienes y servicios americanos (excepto en casos de precio doméstico excesivo o que la adquisición sea contraria al interés público), el mercado de compras públicas no deja de ser interesante para las empresas españolas. A continuación, se anota el enlace a los sitios oficiales donde se publican licitaciones y concursos públicos del país:

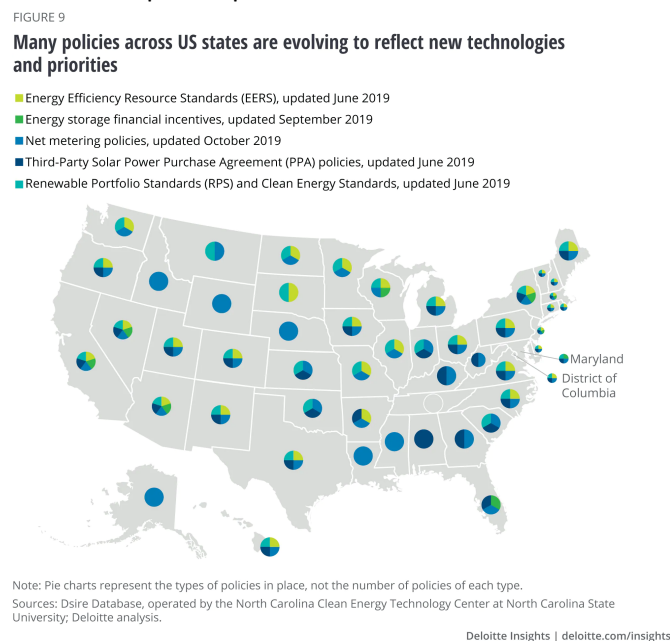
http://www.oas.org/OASpage/bid/default_spa.asp

Asimismo, según el informe sobre Estados Unidos realizado por el BBVA en el año 2019, cabe recordar que Estados Unidos es signatario del Acuerdo de Compras Públicas de la OMC, lo que permite a las empresas de otros países signatarios (España incluido) participar en licitaciones de entidades federales y sub-federales. Además, gracias al Convenio sobre Cooperación Industrial para la Defensa suscrito entre España y Estados Unidos, las empresas españolas podrán ser adjudicatarias de contratos del Departamento de Defensa estadounidense. En el siguiente enlace podrán encontrar información más detallada sobre este tema:

https://publicaciones.defensa.gob.es/media/downloadable/files/links/c/o/convenio-de-cooperacio_n.pdf

Por otra parte, desde que se implementó el plan de estímulo económico por la Administración Obama que contempla acciones de fomento de la actividad en sectores como el de la alta velocidad ferroviaria o el de energías renovables, el sector empresarial español cuenta con un posicionamiento competitivo en estos sectores.

El siguiente gráfico, representa los tipos de políticas establecidas en cada estado.



Fuente: Dsire Database. Deloitte Analysis

Asimismo, el actual presidente, Joe Biden, ha elaborado un plan para una revolución de energía limpia y justicia ambiental con el objetivo de enfrentar la grave amenaza de la emergencia climática, para ello pretende que Estados Unidos logre una economía de energía limpia al 100% y emisiones netas cero a más tardar en 2050.. Así entre las medidas incluidas dentro de su plan se encuentran:

- Asegurarse que EE.UU. logre una economía de energía limpia al 100% y alcance emisiones netas cero a más tardar en 2050
- Construir una nación más fuerte y con más resiliencia: realizando inversiones inteligentes en infraestructura para reconstruir la nación y garantizar que los edificios, agua, transporte e infraestructura energética puedan soportar los impactos del cambio climático.
- Unir al resto del mundo para enfrentar la amenaza del cambio climático.

Para realizar este ambicioso plan Biden realizará una inversión histórica de \$1.7 billones de dólares durante los próximos diez años.

3.2.1 Florida

Florida debido a su localización geográfica, ventajas fiscales, y al ser un puente entre el mercado latinoamericano y americano, se posiciona como un buen destino para que las empresas gallegas encuentren oportunidades de negocio.

Concretamente, la estructura fiscal empresarial favorable de Florida que se tratará en los siguientes apartados del informe, las políticas gubernamentales, los costes competitivos y el entorno regulatorio simplificado facilitan la planificación del crecimiento futuro de las empresas en este Estado.

Los sectores comerciales más atractivos para las firmas gallegas en Estados Unidos, y de manera más concreta en Florida, que cuentan con importantes oportunidades de negocio para las empresas gallegas son:

- Aeronáutica
- Automoción
- Biotecnología
- Textil
- Sector naval
- Energético
- Logística y distribución
- Construcción
- Agroalimentario

SECTOR DE LA AERONÁUTICA

En el año 2020, la vida tanto en Estados Unidos como en el resto del mundo, cambió drásticamente, lo que obligó a cambios nunca imaginados en la industria aeroespacial y de defensa (A&D). El impacto del COVID sobre el sector fue inmediato y profundo, la aviación comercial se detuvo casi por completo. El sector de la defensa también enfrentó desafíos, ya que las restricciones gubernamentales complicaron las operaciones. Como consecuencia de esto, la cadena de suministro compartida de A&D, que

comprende miles de pequeñas y medianas empresas en todo el país, enfrentó enormes desafíos financieros y logísticos para respaldar los contratos existentes del sector de defensa y reemplazar las ventas perdidas del sector civil.

La aviación civil, segunda mayor industria de producto final en Estados Unidos, sufrió descensos récord en clientes e ingresos, con los consiguientes recortes drásticos en los gastos de aeronaves nuevas, piezas de repuesto y otros productos relacionados. Como resultado directo, los fabricantes de aviación de Estados Unidos se vieron obligados a reducir su fuerza de trabajo.

En septiembre de 2020 la AIA¹ publicó un informe preliminar del impacto de la pandemia en los viajes aéreos y civiles del sector de la aviación, identificando una pérdida potencial de más de 220.000 puestos de trabajo en toda la industria sin la participación del gobierno. Sin embargo, gracias a la acción gubernamental y un creciente rebote en el transporte aéreo, la industria se ha salvado de la magnitud total de esa pérdida prevista.

Pese a que ha sufrido significativamente por la pandemia, la industria continúa realizando grandes contribuciones a la economía estadounidense. Así en 2020, la actividad de ventas de la industria de A&D representó el 1,8% del PIB total de EE.UU., aproximadamente \$382 mil millones.

En cuanto a las perspectivas de la industria aeroespacial y de defensa, según un informe elaborado por Deloitte, para el año 2022, cabe destacar que a medida que la industria se recupera, se espera que las empresas se centren en la innovación para desarrollar nuevas tecnologías y soluciones, crear nuevos mercados y ampliar las oportunidades de crecimiento.

La industria aeroespacial en Florida, EE.UU.

Dentro de Estados Unidos también cabe destacar el papel que desempeña el estado de Florida en dicha industria, ya que Florida ha sido durante mucho tiempo la principal puerta de entrada al espacio aéreo a nivel mundial y el centro de tráfico aéreo de las Américas. También es un importante centro para entrenamiento de vuelo y MRO, así como la sede de los principales fabricantes de todo tipo de aeronaves y sus componentes. Como resultado, Florida tiene una rica cadena de suministro y una fuerza laboral altamente calificada para respaldar la ingeniería, la robótica, la vigilancia, la tecnología y más. Boeing, Embraer, Lockheed Martin, SpaceX, Blue Origin, ULA y OneWeb Satellites son algunas de las empresas que empujan la aviación y el sector aeroespacial en Florida.

Florida cuenta con dos puertos espaciales, factura \$7.200 millones anualmente en exportaciones relacionadas con la aeronáutica y el espacio aéreo, posicionándose como el 3^{er} estado en el país con mayores exportaciones en este sector. Asimismo, cuenta con más de 630 empresas dedicadas a este sector y alrededor de 1.700 centros aeronáuticos. Mencionar además, que más de 106.000 habitantes de Florida trabajan en las industrias aeroespacial y de aviación con un gran número de científicos,

¹ Aerospace Industries Association

maquinistas, pilotos, ingenieros, etc. Se trata de una de las principales ubicaciones aeroespaciales y espaciales.

Florida es el lugar de nacimiento de la aviación comercial y el centro de transporte aéreo del hemisferio occidental, albergando más de 100 aeropuertos de uso público. Hogar del renombrado Kennedy Space Center, el Puerto Espacial Cecil y la Estación de la Fuerza Aérea de Cape Canaveral, la industria aeronáutica y aeroespacial de Florida es la puerta de entrada del mundo al espacio. Fue el lugar de nacimiento de la aviación comercial, alberga 130 aeropuertos de uso público y 20 aeropuertos comerciales para mover bienes y personas sin problemas en todo el mundo.

A todo ello debe sumarse el buen clima de negocio existente, clasificado constantemente como uno de los mejores estados para realizar negocios. Al tener uno de los sistemas de transporte más extensos del mundo, hace que su mercado sea de fácil acceso permitiendo llegar a clientes y proveedores en cualquier lugar (tanto en el mercado de Florida, EE.UU., Latinoamérica o el mundo) de manera rápida, permitiendo un acceso global; sin olvidarnos de su fuerza laboral que cuenta con profesionales altamente cualificados. Así mismo, Florida se compromete a mantener los requisitos reglamentarios de negocios unido a una fuerte economía y cero impuesto sobre la renta personal.

Oportunidades de negocio en el sector aeroespacial

Tras el análisis de la situación del sector, cabe mencionar que previo a la crisis y según el informe del ICEX sobre el mercado aeroespacial para 2019, las principales oportunidades para empresas españolas se concentraban en el segmento civil, por el crecimiento constante de la demanda de vuelos comerciales. El nicho de los drones, cuyo valor está más en los sistemas que llevan y no en la estructura, también estaba creciendo y se prevé que su uso se extienda del campo militar al comercial.

En cuanto a las perspectivas y oportunidades del sector aeroespacial comercial para recuperarse del Covid-19, mencionar que el estado actual de la industria aeroespacial podría representar una oportunidad para que los OEM (Original Equipment Manufacturer) y proveedores comerciales realicen los cambios necesarios. En este sentido, los OEM y los grandes proveedores deberían realizar las inversiones necesarias en cinco áreas clave: utilizar la tecnología como acelerador, estabilizar la cadena de suministro, racionalizar la fuerza laboral, centrarse en la sostenibilidad y hacer un tono para el apoyo del gobierno.

Dentro de las áreas anteriormente mencionadas cabe destacar:

- **Uso de la tecnología como acelerador**

Generalmente, la industria aeroespacial comercial va a la zaga de otras industrias en cuanto a la aplicación de lo digital para crear valor. Así mientras algunas aplicaciones, como la impresión 3D, se utilizan ampliamente en la industria, la transformación digital a gran escala es relativamente rara. En concordancia con esto, se debería invertir en la digitalización de toda la organización. La necesidad más relevante es mejorar la forma en que las empresas diseñan y desarrollan nuevos aviones. Las herramientas digitales como el análisis de datos y la inteligencia artificial pueden acelerar drásticamente

el proceso de desarrollo, lo que hace que las organizaciones sean más ágiles y receptivas a la hora de afrontar cambios drásticos en los volúmenes de pedidos.

Además, las inversiones digitales permitirán a los responsables de la toma de decisiones capturar datos y obtener conocimientos de ellos, lo que llevará a mejores decisiones.

- **La sostenibilidad**

Previo a la actual crisis, ya había una creciente presión sobre la industria de la aviación para que se volviera más sostenible, especialmente en cuanto a reducción de emisiones de CO². En este sentido, los OEM y los fabricantes de motores ya habían lanzado programas para desarrollar aviones y motores de menor consumo, experimentar con nuevos combustibles y entrar en el vuelo eléctrico. Esta tendencia hacia una mayor sostenibilidad se intensificará después de la crisis.

Por otra parte, según un informe elaborado por Boeing, “Boeing Market Outlook (BMO) 2021”, el fabricante estadounidense prevé oportunidades de negocios de US\$9 billones hasta 2030.

En su informe de 2021, la compañía reflejaba que los aviones comerciales y los servicios relacionados mostraban signos de recuperación, mientras que los mercados mundiales de defensa, espacio y servicios gubernamentales se mantenían estables. Pese a ello, la empresa contempla un crecimiento a largo plazo del sector aeroespacial a medida que el sector se recupera y se sigue adaptando a las nuevas necesidades globales.

Se estima que los vuelos de larga distancia vuelvan a niveles pre pandemia para el año 2023 o 2024.

Dentro del mismo informe, Boeing prevé una demanda de 19.000 aviones comerciales, valorados en US\$3,2 billones para los próximos 10 años. Con una previsión de 43.500 aviones nuevos a 20 años vista (hasta 2040).

Un área significativa de crecimiento ha sido la demanda prevista de la flota de cargueros, incluidos modelos nuevos y adaptados. Así mismo, la demanda sostenida del transporte aéreo de mercancías está ligada a la expansión del comercio electrónico y a la velocidad y fiabilidad del transporte aéreo.

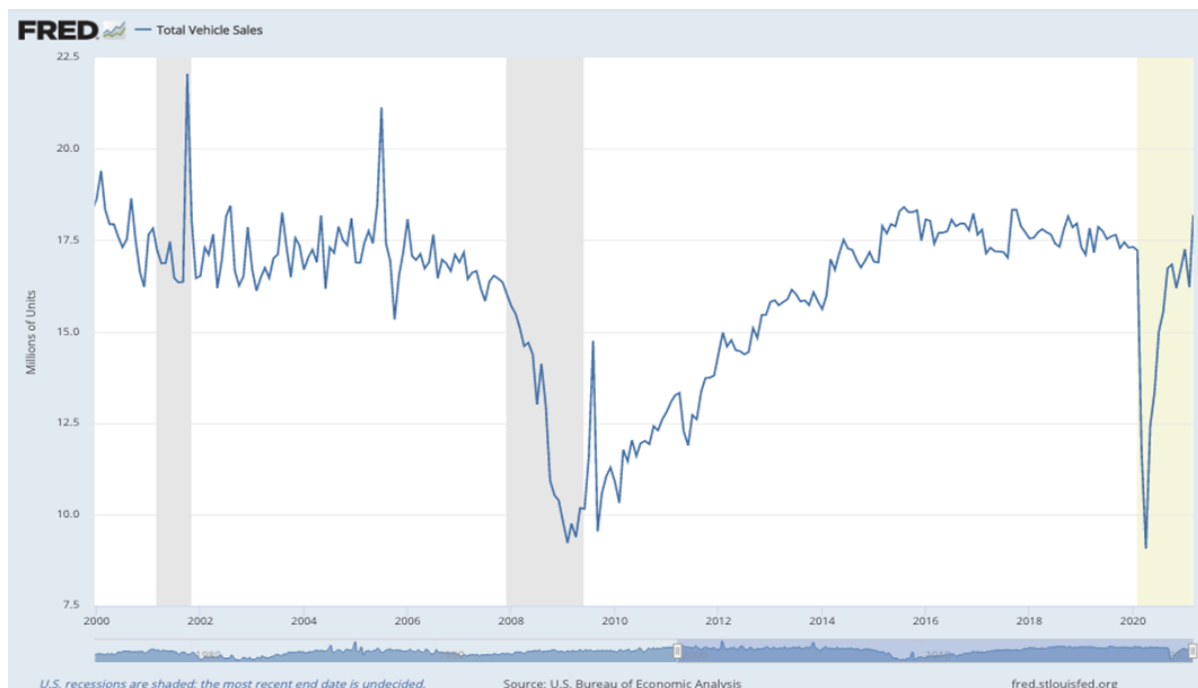
SECTOR DE LA AUTOMOCIÓN

La industria de la automoción en EE.UU.

Por su parte, Estados Unidos es uno de los mercados automotrices más prometedores y de más rápido crecimiento del mundo. En 2018, las ventas de vehículos ligeros alcanzaron los 17,2 millones de unidades, siendo el cuarto año consecutivo con más de 17 millones de unidades (en la tabla a continuación se puede ver la evolución). Además, se trata del segundo mercado más grande del mundo en cuanto a venta y producción de vehículos. Dicha industria se encuentra respaldada por múltiples

factores como la disponibilidad de mano de obra cualificada, los esfuerzos en I+D (a la vanguardia de la innovación), la ventaja geográfica, el apoyo del gobierno, entre otros.

Ventas de Vehículos



Fuente: Federal Reserve Bank of St. Louis, 2021 U.S. Bureau of Economic Analysis, Total Vehicle Sales [TOTALSA], retrieved from FRED, Federal Reserve Bank of St. Louis; <https://fred.stlouisfed.org/series/TOTALSA>, April 12, 2021.

La tendencia actual se dirige hacia la modernización de los automóviles híbridos y fundamentalmente eléctricos.

Estados Unidos cuenta con la compañía General Motors siendo ésta una de las más importantes a nivel mundial. Durante mucho tiempo, ha sido el mayor fabricante de automóviles del mundo. Sin embargo, y aunque sigue siendo uno de los mayores fabricantes y comercializadores de vehículos del mundo, con operaciones en todos los continentes, perdió su posición como fabricante más vendido del planeta en 2009. Actualmente la empresa apuesta por un futuro totalmente eléctrico.

No obstante, la llegada del Covid 19 ha traído una serie de dificultades para el sector. Así, con la llegada de la pandemia los fabricantes de automóviles redujeron la producción y los pedidos de piezas. Posteriormente en cuanto se produjo el repunte de ventas se enfrentaron a la escasez de semiconductores provocando importantes recortes en la producción.

El sector del automóvil perdió unos 210.000 millones de dólares de ingresos en el año 2021, según datos recogidos por la consultora AlixPartners. Además la industria se enfrenta a otras carencias que afectan a productos como los neumáticos, plásticos del interior y la espuma de los asientos.

Otro punto a destacar es que los fabricantes de todo el mundo produjeron unos 8 millones de vehículos menos de lo previsto en 2021, debido a la escasez de productos. Según estimaciones de J.D. Power, incluso si se recupera la producción, los concesionarios no podrán reponer inventarios hasta bastante avanzado el 2022. Esto provoca un aumento de los precios a un ritmo récord.

Oportunidades de negocio en el sector de la automoción

Como se ha mencionado anteriormente y pese a la actual recesión por el COVID-19, el sector de la automoción es uno de los principales del tejido empresarial de Galicia. Dentro de este sector se presentan interesantes oportunidades comerciales para componentes y accesorios de automóviles. Es la partida más demandada en EE. UU., registrando en 2018 un aumento del 27%. De cara al futuro debería aprovecharse el potencial de estos productos enfocados hacia los coches híbridos y/o eléctricos.

Además, cabe mencionar las siguientes tendencias:

- Los ya mencionados, coches híbridos o eléctricos: que responden a una presión social, cada vez mayor, en busca de una economía sostenible. Hoy en día, esto es especialmente interesante con el nuevo enfoque de la política de Joe Biden en la lucha contra el cambio climático. A pesar de que actualmente representan una fracción modesta de las ventas de vehículos nuevos en Estados Unidos, la demanda de estos vehículos se duplicó durante la primera mitad de 2021.
- Cambios en los hábitos de comportamiento observados durante los últimos años, con un mayor interés por ganar simplicidad y comodidad, como por ejemplo con la conducción automatizada.
- La importancia de los habitáculos siempre conectados: el desarrollo de vehículos conectados que satisfagan las demandas de la revolución digital, buscando la comunicación plena con el exterior.
- Con la entrada de Estados Unidos en la crisis, la industria descubrió una idea novedosa, ya que los clientes no podían acudir a los concesionarios, estos acudían a ellos a través de Internet. Lo que ha ocasionado una normalización de la compra de coches online, incluso después de que el país volviera a abrirse, cada vez más clientes compran sus coches por Internet.

SECTOR DE LA BIOTECNOLOGÍA

La industria biotecnológica en EE.UU.

Desde el origen de la industria de la biotecnología hasta la actualidad, EE.UU. ha mantenido su liderazgo en el crecimiento del sector. Así, según datos del ICEX, en el año 2018 EE.UU. era el mayor mercado biofarmacéutico del mundo y en donde se originaron gran parte de los hitos biotecnológicos internacionales de los últimos 30 años. Además, genera el 70% de la investigación y desarrollo que se realiza a nivel mundial, así como el 86% de su financiación. El tamaño en Estados Unidos, medido por los ingresos, de la industria de la biotecnología es de 140.800 millones de USD en 2022, según datos del IBIS World. Además se espera que dicho mercado aumente en un 2,3% durante el presente año. En cuanto a los negocios de biotecnología, estos se han incrementado un 3% durante este año con respecto al año anterior.

En Florida hay más de 1.440 empresas que operan dentro de la escena de desarrollo biotecnológico, farmacéutico y médico; y es la cuna de institutos reconocidos de manera mundial especializados en terapéutica, diagnóstico, biotecnología industrial/ agrícola y otras áreas. Además, Florida ocupa el segundo lugar entre los estados en cuanto a la mayor industria farmacéutica y fabricación de medicinas, también el segundo lugar para la industria manufacturera de dispositivos médicos y el cuarto en instalaciones de I+D biotecnológico. La mayoría de las empresas de este campo se ubican en el área de Jacksonville y en el Sur de Florida. Las más de 220 empresas farmacéuticas y de producción de medicamentos de Florida se especializan en el desarrollo y producción de tratamientos novedosos, genéricos, nutracéuticos y medicamentos de venta sin receta.

En cuanto a las características del sector, las empresas de biotecnología en el país norteamericano son en su mayoría de propiedad estadounidense. El número de empresas extranjeras es muy reducido, pese a ello, la mayoría de las empresas extranjeras del sector son de origen europeo. A mayores se debe mencionar que Estados Unidos es un país importador neto de biotecnología.

Este sector se puede dividir en cuatro segmentos: biotecnología médica, agrícola, medioambiental e industrial, siendo la primera de ellas la que tiene mayor peso en EE.UU., representando el 71,4% de los ingresos del sector. Dentro del segmento de biotecnología médica, la mayoría es para salud humana y se centra fundamentalmente en la búsqueda de tratamientos contra el cáncer, las enfermedades infecciosas, respiratorias, condiciones autoinmunes, VIH-SIDA y otras enfermedades poco frecuentes.

Oportunidades de negocio en el sector biotecnológico

A la hora de analizar las oportunidades de negocio del sector biotecnológico gallego en el mercado estadounidense, debemos tener en cuenta que Estados Unidos tiene uno de los ambientes más favorables para el desarrollo y comercialización de fármacos. Dentro de sus fortalezas podríamos destacar: un sistema de propiedad intelectual que premia la innovación a través de la protección de patentes y datos, un sistema regulador de lo más riguroso a nivel mundial; y la base de investigación científica más grande del mundo además de sólidos mercados de capitales.

En cuanto a las áreas de mayor interés podrían destacarse:

- La **oncología** y tratamientos contra el cáncer es un área fundamental. Varios de los fármacos más vendidos en Estados Unidos tienen como objetivo luchar contra esta enfermedad.
- Las **epidemias** o brotes de **enfermedades infecciosas**. La industria biofarmacéutica está comprometida con el avance de nuevas vacunas y opciones terapéuticas para enfermedades infecciosas, dada la amenaza que suponen para la salud pública.
- La industria médica se encuentra en continua lucha contra los **patógenos microbianos**. Durante años se han usado antibióticos para tratar infecciones bacterianas, incluyendo las infecciones post-quirúrgicas y las enfermedades potencialmente mortales como la escarlatina y la sífilis. Sin embargo, las nuevas cepas de bacterias se muestran resistentes a los antibióticos amenazando así este progreso.

- Búsqueda de sustitutivos a los **opiáceos** convencionales que no generen los mismos problemas de adicción o efectos secundarios. Destacar que en EE.UU. hay más muertes generadas por estos medicamentos que por accidentes de tráfico.
- La **diabetes** y la **obesidad** constituyen dos de los mayores problemas de salud estadounidense, y siguen en aumento. Junto a ello hay que tener en cuenta todas las complicaciones que se derivan de ambas enfermedades, como por ejemplo, la enfermedad del hígado graso no alcohólico.
- El desarrollo del “**big data**”, cada vez más utilizado para acelerar las investigaciones puede utilizarse para desarrollar y mejorar los modelos para las emergentes bacterias resistentes a los antibióticos.
- Otra oportunidad es aquella que radica en la **medicina personalizada**. En este sentido, la comprensión cada vez mayor de los factores genéticos y biológicos subyacentes que causan enfermedades está provocando una nueva era de atención sanitaria personalizada.
- Por último, no debe olvidarse el hecho de que con una mayor esperanza de vida para la población estadounidense, se han incrementado las enfermedades relacionadas con la edad. Un aumento de la población envejecida significa un aumento en la demanda de tratamientos médicos por lo que el sector público busca reducir el coste de estos tratamientos con el uso de **tratamientos más efectivos**, así como tratamientos curativos y **preventivos**.

Para finalizar, debe tenerse en cuenta que el mercado americano no sólo es importante por su gran tamaño, sino también por ser el motor de la industria a nivel global, de tal forma que los productos de éxito en dicho mercado suelen tener buenos resultados en otros mercados.

SECTOR TEXTIL

La industria textil en EE.UU.

Tradicionalmente Estados Unidos era el mayor mercado de moda del mundo, pero en 2019 ha sido desbancado por China, pasando al segundo lugar.

Según datos publicados por el ICEX, el sector de la moda en Estados Unidos (fundamentalmente formado por las categorías de prendas de vestir y calzado) facturó en 2019 un total de 370,4 mil millones de dólares, lo que representa un incremento del 2% con respecto al año anterior. Con respecto a esta cifra, un 21% se correspondió con calzado y el 79% restante con prendas de vestir.

La balanza comercial del sector de la moda en EE.UU. es negativa, dado que importa más ropa y calzado de terceros países de la que vende en los mercados internacionales.

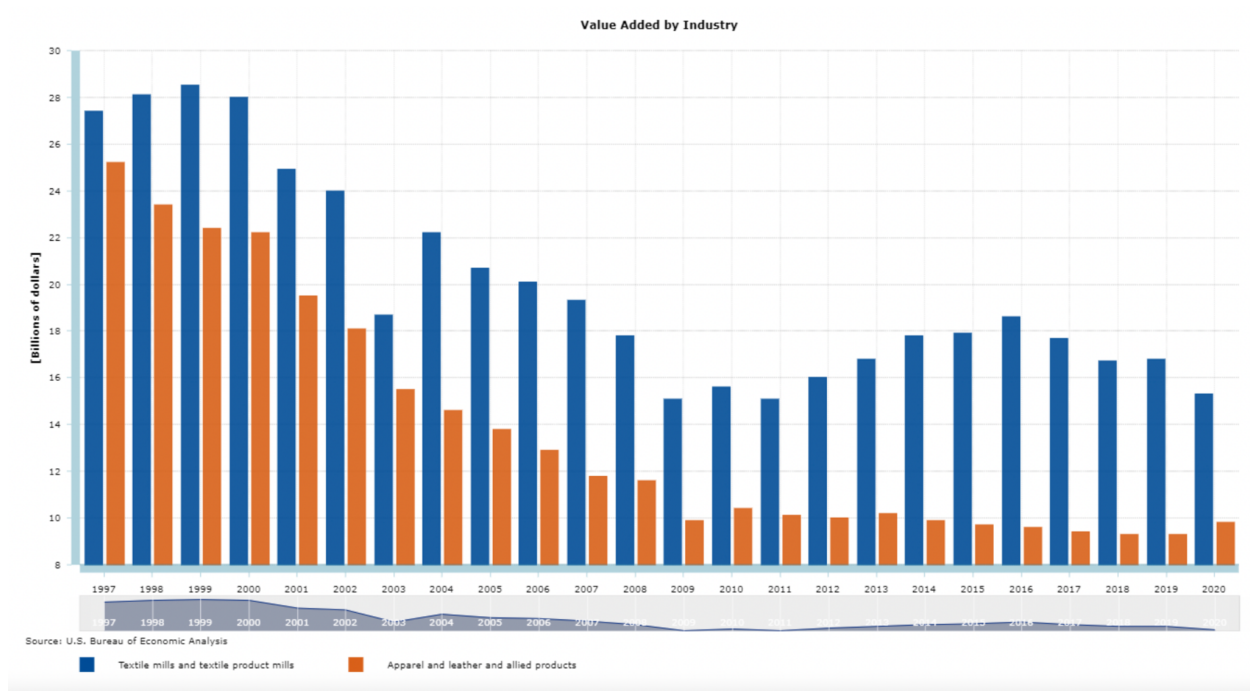
Las importaciones de textiles y prendas de vestir por parte de EE.UU. aumentaron un 31,37% entre enero y marzo de 2022, lo que pone de manifiesto que siguen creciendo a un ritmo elevado, alcanzando los 32.368 millones de dólares en los tres primeros meses del año, frente a los 24.639 millones de dólares del mismo período del año 2021.

Con una participación del 27,47% en China y 13,59% de Vietnam, ambos siguen siendo los principales países proveedores de productos textiles a Estados Unidos, debido a sus menores costes de producción y a las regulaciones más laxas.

Cabe destacar que las prendas de vestir constituyeron la mayor parte de las importaciones de textiles y prendas de vestir de los EE.UU. en enero-marzo de 2022, valoradas en \$ 24.314 mil millones; mientras que las importaciones que no son prendas de vestir representaron \$ 8,053 mil millones, según el último informe de grandes transportistas, publicado por el departamento de comercio de EE.UU.

Es importante mencionar que la fabricación de textiles y prendas de vestir en los EE.UU. se ha reducido significativamente durante las últimas décadas debido a múltiples factores que van desde la automatización, la competencia de las importaciones hasta las ventajas comparativas cambiantes de los EE.UU. para productos relacionados. Pese a todo, tal y como se observa en el gráfico siguiente, la fabricación textil estadounidense está volviendo gradualmente.

Evolución Fabricación textil EE.UU.



Fuente: U.S. Bureau of Economic Analysis

Cabe destacar que la fabricación de textiles y prendas de vestir en los EE.UU. está cambiando en su naturaleza, así por ejemplo, los productos textiles habían representado más del 66% de la producción total de la industria textil y de prendas de vestir de EE.UU. en el año 2019, frente al 58% en 1998 (según datos del Bureau of Economic Analysis, 2020). Los textiles y prendas de vestir “made in the USA” están creciendo especialmente rápido en algunas categorías de productos impulsadas por la alta tecnología, tales como textiles médicos, ropa de protección, telas especiales e industriales y no tejidas. Dichos

productos también se están convirtiendo en el nuevo motor de crecimiento de las exportaciones textiles estadounidenses.

Merece especial mención el comercio electrónico en el sector de la moda de EE.UU. dada su importancia, generando en 2019 unos ingresos de 103,2 mil millones de dólares. Así mismo, las perspectivas del sector indican que este va a continuar creciendo en los próximos años.

Por otra parte, uno de los principales factores en la demanda de los productos textiles en el mercado americano es el nivel de renta disponible, además de una preferencia por productos fabricados por Estados Unidos. Ahora bien, recientemente se han identificado algunos cambios en el comportamiento de los consumidores tales como: una mayor preocupación por llevar una vida más saludable o códigos de vestimenta más “casuales” en el trabajo para ir más cómodos.

En cuanto al futuro del sector, este va a estar muy vinculado a la situación económica del país. Se trata de un sector que ya llevaba una década enfrentándose a ciertos desafíos provocados por la saturación del mercado o el aumento en la intensidad promocional, entre otros. Esto ha provocado que los últimos tres años el crecimiento fuese lento y constante. Asimismo, con la crisis de la COVID-19, se ha producido un gran retroceso, siendo los sectores más penalizados el del lujo y/o aquellos con precios más elevados.

Sin embargo, se observan ciertas tendencias que suponen una oportunidad para las empresas de moda, como por ejemplo la venta a través de los canales online y la “informalización”.

Debido a los cambios en el estilo de vida, los consumidores han demostrado un mayor interés en hábitos saludables. Se ha visto un aumento en las actividades deportivas y en la manera de vestir, siendo ésta más ‘casual’ sobre todo después de la crisis sanitaria COVID-19. Cabe destacar la confección y calzado deportivo, suponiendo 127 mil millones de dólares (26% del total de ventas dentro de la moda general) y a la vez, siendo uno de los sectores donde se espera un mayor crecimiento.

Vinculado a esto, el consumidor americano está mostrando una creciente preocupación por el cuidado del medio ambiente como se demuestra por el impacto de los productos que está adquiriendo. Es por ello que cada vez son más las empresas de ropa y calzado que implementan comportamientos responsables hacia la sostenibilidad y el medio ambiente.

A todo esto debe añadirse que el sector textil en Estados Unidos resulta muy atractivo, ya que se trata de un único gran mercado, conformado por submercados, distintos entre sí. Esto ofrece a las empresas una variedad única y difícil de encontrar en otros países. Sin embargo, hay que tener en cuenta que es un mercado muy saturado y de difícil acceso.

Oportunidades de negocio en el sector textil

A pesar de la difícil coyuntura económica actual, tras lo analizado anteriormente, se presentan oportunidades para el sector textil gallego en el mercado estadounidense destacándose las cuatro siguientes:

- **Sostenibilidad:** se trata de uno de los factores más determinantes en cuanto al futuro de la moda donde ya había una cierta tendencia hacia comportamientos más responsables y sostenibles. Tal

es así que varias marcas de moda ya están buscando la reducción del uso de agua en sus fábricas, diseño de ropa ecológica, programas de ropa de segunda mano, etc. Los consumidores tienen una concienciación medioambiental cada vez mayor, por lo que las empresas deben saber adaptarse a estos nuevos hábitos.

- Digitalización: la venta de productos de moda por internet está cada vez más consolidada; y se ha incrementado con la crisis del coronavirus. Así mismo, se espera que esta digitalización siga creciendo. Es por ello que se debe mejorar la experiencia de los clientes en línea, a fin de alentar a los consumidores a conectarse. Con ello vienen vinculadas nuevas estrategias de venta, logística y cumplimiento.
- Athleisure (o "informalización"): es una tendencia en Estados Unidos y supone una nueva oportunidad para las empresas extranjeras. Se ha producido un gran aumento de las ventas en moda deportiva; además de ser el segmento con mayor crecimiento tanto antes como durante la pandemia. Esto es debido a los cambios en el estilo de vida que se empezaban a observar antes de la crisis actual, con una "informalización" de la vestimenta, ya que desde la pandemia muchos trabajadores de oficinas están realizando su actividad desde casa, acentuando más la demanda de un estilo informal y cómodo. Además, se espera que en cuanto se regrese a la oficina haya un cambio en la manera de vestir más parecida a la utilizada para trabajar desde casa. Se observa, con ello, una tendencia de las marcas a reducir la brecha entre la ropa de trabajo formal y la ropa de estar en casa.
- Materiales de última generación: Estados Unidos es el líder mundial en marketing, desarrollo e investigación textil. Así los fabricantes americanos están produciendo materiales de última generación, tales como fibras antimicrobianas, textiles electrónicos que pueden controlar los signos vitales o telas conductoras con propiedades antiestáticas. Asimismo, se están produciendo nuevos tejidos que se adaptan al clima para que los consumidores se sientan cómodos.

SECTOR NAVAL

Sector naval en EE.UU.

Según un informe publicado por NMMA (National Marine Manufacturers Association) las ventas de unidades minoristas de barcos nuevos en Estados Unidos alcanzaron casi las 320.000 unidades en 2020, lo que representa un incremento del 13% con respecto al año 2019, niveles que la industria de la navegación recreativa no había visto desde el año 2008. En este sentido, todos los segmentos de lanchas motoras habrían experimentado un crecimiento en 2020, oscilando entre el 8% y el 22%.

Además, tal y como comentó la directora de inteligencia empresarial de NMMA, las ventas de embarcaciones nuevas continuaron aumentando durante la última parte del 2020, con un incremento del 40% de septiembre a diciembre de ese año, con respecto al año anterior. Según indica "los

consumidores se están apoderando de las embarcaciones tan pronto como salen de la línea de producción”. Esta mayor demanda de nuevas embarcaciones representó un récord en ventas para la industria de la navegación recreativa. Lo que vendría justificado por el hecho de que los estadounidenses, durante la crisis del COVID-19, buscaron formas de pasar tiempo en el agua con sus familiares.

Con ello las embarcaciones más demandadas han sido: botes de pesca, tanto de agua dulce como salada, cruceros, lanchas y yates.

A modo de resumen puede observarse que, dentro del naval, la navegación recreativa es una de las industrias que más beneficiada ha salido de la crisis actual en Estados Unidos, siendo el año 2020 un año histórico para las ventas del sector, pero a la vez un año disruptivo para los constructores de embarcaciones estadounidenses, que deben satisfacer la mayor demanda y reponer inventarios récord.

Más recientemente, otro informe de la NMMA pone de relieve que las ventas de lanchas motoras hasta el primer trimestre de 2022 muestran signos de normalización después de dos años de crecimiento histórico. Durante el primer trimestre, las ventas minoristas de lanchas a motor nuevas alcanzaron las 54.000 unidades, lo que representa un 20% menos que en el primer trimestre de 2021. Pese a todo se siguen superando los niveles previos a la pandemia, con un 20% más que en las 45.000 unidades vendidas en el primer trimestre de 2019. Así según datos del informe de registros de lanchas motoras nuevas de la NMMA:

- Las ventas de minoristas de nuevas embarcaciones personales, a pesar de que cayeron un 30% hasta el primer trimestre de 2022, fueron un 34% superiores al primer trimestre de 2019 previo a la pandemia.
- Las ventas minoristas de nuevos pontones cayeron un 12% hasta el primer trimestre de este año, pero siguen siendo un 49% superiores a las del primer trimestre de 2019.
- Las ventas minoristas de embarcaciones nuevas para deportes acuáticos también han caído un 11% durante el primer trimestre, no obstante, siguen siendo un 62% superiores a las del primer trimestre de 2019.
- Las ventas de cruceros nuevos, aunque cayeron un 17% en el primer trimestre de este año, fueron igualmente un 17% superiores al primer trimestre de 2019 previo a la pandemia.

Además, es importante destacar que en la industria de navegación recreativa el 95% de los barcos vendidos en Estados Unidos son de fabricación estadounidense. Y que el sector está trabajando para equilibrar los niveles de inventario y cumplir con los pedidos, mientras se enfrentan a los constantes desafíos de la cadena de suministros.

En cuanto al área de la US Navy, si bien se vio más penalizada por la crisis del coronavirus, se siguen realizando procesos de licitación por parte de Estados Unidos para reparar y mantener los buques de sus bases navales; así como concursos para la construcción de fragatas, como el aprobado en 2019 para la fabricación de 10 fragatas del Pentágono.

En este sentido National Oceanic and Atmospheric Administration (NOAA) está buscando propuestas de constructores navales estadounidenses para el diseño y construcción de dos nuevos barcos para la agencia, cuya construcción deberá ser acometida por la industria naval estadounidense como requisito básico.

Oportunidades del sector naval

En lo que se refiere a las oportunidades del sector naval gallego en el mercado estadounidense, la crisis sanitaria actual ha provocado una ralentización a nivel comercial, pese a ello se espera un crecimiento, aunque lento. Por otra parte, tal y como hemos visto se espera que se mantenga, aunque algo más ralentizado que en los dos años previos, el crecimiento en las embarcaciones de recreo. Por ello deben aprovecharse estas perspectivas de desarrollo en las siguientes áreas:

- Embarcaciones de recreo: como hemos visto anteriormente, este tipo de embarcaciones presentan un mayor crecimiento durante la crisis del COVID-19, por lo que debe aprovecharse su creciente demanda.
- Componentes: Galicia cuenta con toda una industria textil externa a los astilleros que da soporte a dichas actividades (como materiales de construcción, equipamiento, etc.), esta también puede aprovecharse de la demanda creciente del mercado americano, que se encuentra con dificultades a la hora de reponer inventarios.

SECTOR ENERGÉTICO

Sector energético en EE.UU.

Con la Administración Biden, se inicia una nueva época para las perspectivas del sector energético en EE.UU., y en concreto para el sector de las energías renovables. En su programa político se contemplan grandes inversiones en energías renovables para poder alcanzar unos ambiciosos objetivos climáticos. Por el momento, son los combustibles fósiles los que lideran las fuentes de producción energética, aunque hay que destacar que dentro de estos el papel del carbón es cada vez menor mientras que el del gas natural es mayor. No obstante, las energías renovables están haciéndose hueco dentro del mix de electricidad.

Los datos publicados por la Administración de Información Energética (AIE) americana, confirman que las energías limpias experimentan un imparable crecimiento en el continente, prueba de ello es que en el año 2019, el uso de energías renovables supera por primera vez en 143 años al carbón.

El pasado mes de abril el sector eléctrico de Estados Unidos alcanzó un hito importante cuando la energía eólica y solar representaron el 20% de la generación de electricidad por primera vez en la historia, según el grupo de expertos en energía global Ember, con sede en Londres.

Cabe destacar que las energías eólica y solar de EE.UU. han crecido drásticamente en los últimos años, principalmente debido a la caída de los costes.

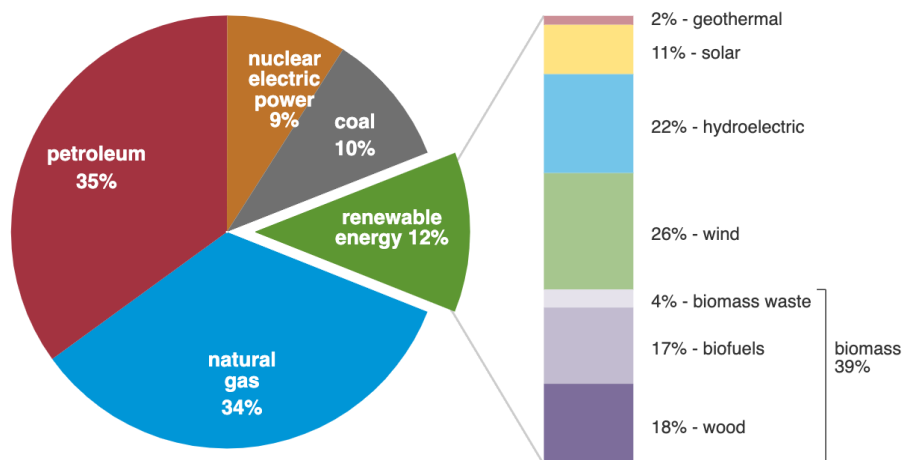
En este sentido, el uso del viento y el sol como generadores de electricidad ha aumentado desde 2015. Estas dos son las principales impulsoras de las energías limpias del país. En el 2018, la generación de electricidad a partir del viento sobrepasó por primera vez a la del agua, convirtiéndose en la forma más popular de generación de energía. Esta tendencia, unida a las nuevas políticas de la Administración Biden, sugieren una tendencia positiva para los próximos años, aunque ralentizadas por la contracción mundial derivada del coronavirus-19.

Según datos de la EIA, tanto la producción como el consumo de energía renovable alcanzaron máximos históricos de 11,77 y 11,59 quads, respectivamente en 2020, impulsados principalmente por la producción récord de energía solar y eólica.

U.S. primary energy consumption by energy source, 2020

total = 92.94 quadrillion
British thermal units (Btu)

total = 11.59 quadrillion Btu



Source: U.S. Energy Information Administration, *Monthly Energy Review*, Table 1.3 and 10.1, April 2021, preliminary data
 eia Note: Sum of components may not equal 100% because of independent rounding.

Fuente: U.S. Energy Information Administration, 2021

Oportunidades de negocio en el sector energético

Como se ha comentado anteriormente, la implantación de energías renovables en el territorio de Galicia ha propiciado que se genere un nuevo tejido industrial vinculado a estas tecnologías, ya que tanto el mantenimiento de las instalaciones como la elaboración de componentes para las mismas, requieren personal cualificado y centros de fabricación. Esto unido a la transición hacia energías limpias que se viene observando durante los últimos años en el país norteamericano, y que se ve recientemente potenciada por la política contra el cambio climático de la Administración Biden, abre posibilidades hacia el sector gallego.

Como áreas de oportunidad se destacan las siguientes:



- Fabricación de componentes y piezas: elaboración de todo tipo de componentes, piezas, repuestos, transformadores, etc. para las diferentes industrias del sector, especialmente eólica e hidráulica.
- Instalación y mantenimiento: incluida la reparación de los diferentes componentes de estas maquinarias, gracias a que cuentan con personal cualificado y centros de fabricación especializados.

SECTOR LOGÍSTICO

Con el auge del comercio electrónico, acusado por la pandemia del Covid-19, se deben buscar soluciones que mejoren los servicios logísticos. En este punto cobra importancia el Big Data para afrontar los desafíos logísticos del comercio electrónico.

Sector del transporte y la logística en EE.UU.

La pandemia ha acrecentado el auge del comercio electrónico, y se espera que este siga la tendencia al alza en los próximos años, con lo que recibir los pedidos más rápidos se convierte en una oportunidad para el sector de la logística. Pero para ello debe invertirse. Según apuntan desde Forbes, solo durante el mes de mayo de 2021, el gasto total de las ventas online en Estados Unidos creció un 77% hasta los 82.500 millones de dólares, en comparación con el mismo mes de hace un año. Un crecimiento que no solo se debió a la compra de artículos para enviar a los hogares de los consumidores, sino también a las tiendas físicas en las que muchos prefieren recoger los pedidos online.

A esto debe añadirse la importancia de la creciente demanda por parte de los consumidores de recibir sus pedidos en períodos de tiempo cada vez más cortos. Todo ello pone de manifiesto la necesidad de que las organizaciones inviertan en sus almacenes y centros de distribución para optimizar el desarrollo e implementación de procesos logísticos y de cadena de suministro avanzados.

Esto debe gestionarse con eficacia y control, ya que el creciente aumento del e-commerce, unido a un incremento en los pedidos y a la demanda por parte de los consumidores de entregas más rápidas, puede ocasionar redes logísticas insostenibles.

Es por ello que se considera al Big Data como una herramienta útil para reducir gastos y mejorar el rendimiento de las flotas. Esto va unido a la importancia de tener una buena gestión de los datos, que permitan proporcionar la información necesaria para responder a las necesidades logísticas. Así los datos se pueden utilizar para determinar la carga que recogen los transportistas, y el momento de la entrega. Gracias a esa trazabilidad, se pueden planificar mejor los tiempos, que junto con el conocimiento de lo que se vende se puede tener un mejor control de la capacidad de la que se dispone y en caso necesario hacer uso de otro transporte.

Asimismo, el Big Data también puede ayudar a reducir los gastos y mejorar el mantenimiento de la flota, mitigar los recargos por combustible y construir una red más amplia basada en operadores competitivos.

El 32º Informe anual sobre el estado de la logística en EE.UU. pone de manifiesto que las cadenas de suministro continúan restableciéndose de la pandemia con logísticas resistentes que se adaptan, planifican y cambian para satisfacer las demandas actuales y futuras.

Como resultado de una pandemia aún en curso y otras interrupciones, las cadenas de suministro se verán obligadas a adaptarse continuamente.

Concretamente, Florida destaca también por su sector logístico y de distribución ya que cuenta con 20 aeropuertos comerciales, 15 puertos marítimos, 2 puertos espaciales, 3000 millas de vías de tren de carga y 15 000 millas de autopistas. Adicionalmente, da empleo a más de medio millón de habitantes en el Estado. Casi todas las principales empresas de logística global ya tienen presencia en el estado, incluida la sede de Ryder System, Inc., Landstar System Inc., CEVA Logistics U.S., Inc. y otras importantes empresas de logística a nivel mundial. Como puerta de entrada comercial del hemisferio occidental, la industria de logística y distribución de Florida está preparada para crecer más con la finalización de la expansión del Canal de Panamá y numerosos desarrollos y mejoras de infraestructura previstas para años futuros.

En este apartado debemos mencionar también el impacto que está teniendo la guerra de Ucrania y Rusia en la logística de todo el mundo y, por ende, en la logística estadounidense. Así como resultado del conflicto la logística internacional se ha visto interrumpida, y se han visto problemas en la cadena de suministro de Estados Unidos. A medida que el ejército ruso cortaba rutas de envío, las empresas de logística suspendían los servicios y las sanciones conducían a precios más altos de la gasolina, provocando que las empresas de logística aumentaran sus costes.

Es especialmente remarcable los estragos que esta crisis está causando en la ya convulsa industria logística, siendo el precio del combustible diesel, que afecta al flete camionero, una de las influencias más significativas. El precio de los futuros de crudo subió a más de \$100 el barril casi inmediatamente después de que comenzara la batalla, siendo los precios más altos registrados desde el 2014.

Al ser Rusia el segundo mayor productor de combustibles fósiles del mundo, las sanciones impuestas por Estados Unidos y la Unión Europea han provocado que los precios del gas natural licuado en el mercado asiático aumenten hasta el 50%.

Como consecuencia del drástico aumento de los precios de la gasolina y el diésel, las empresas de logística han empezado a cobrar más por sus servicios, aumentando los costes a lo largo de la cadena de suministro y afectando a todos los negocios.

Oportunidades del sector transporte y la logística

El uso de datos relacionados con el transporte y procesados a través de análisis avanzados podría cambiar la forma en la que funcionan las empresas dedicadas al comercio electrónico. El Big Data se erige como clave para ganar en eficiencia y reducir costes.

La toma de decisiones basada en datos promoverá la competencia en la cadena de suministro. El Big Data mejora la calidad y el rendimiento de los servicios de logística.

Esto en un mundo en el que se incrementa el comercio electrónico y se demandan entregas más rápidas y con mejor experiencia del proceso, abre posibilidades para adaptarse a un sector clave. Como dato mencionar que según recoge el 32º Informe Anual del Estado de la Logística de CSCMP², las compras de comercio electrónico (algunas de las cuales se recogieron en tienda) crecieron un 33% a \$792 mil millones, lo que representa el 14% de todas las ventas minoristas.

Es por ello, que los cambios realizados en el sector de la logística gallego, enfocados hacia la automatización, la robotización y, sobre todo, el Big Data, con el aprovechamiento de los datos para tomar decisiones que reduzcan costes y mejoren los tiempos de entrega; suponen una oportunidad de cara al mercado estadounidense.

Otro punto a tener en cuenta y que puede ser aprovechado como oportunidad del sector logístico gallego, es la sostenibilidad. El sector del transporte y la logística debe hacer cada vez mayores esfuerzos de sostenibilidad dado que los consumidores están considerando los impactos ambientales en sus decisiones de compra, así como los gobiernos de todo el mundo están incluyendo regulaciones medioambientales más estrictas.

SECTOR CONSTRUCCIÓN

Dentro del sector de la construcción se deben tener en cuenta dos áreas de actuación: la construcción de edificios y la construcción de infraestructuras.

Sector de la construcción en EE.UU.

- Edificación:

La industria de la piedra natural, la de construcción y remodelación están muy ligadas en el mercado estadounidense. Estados Unidos es uno de los mercados líderes a nivel mundial en el sector de la piedra natural ya que es utilizada principalmente en la construcción y renovación comercial y residencial, motivo por el cual debe tenerse en cuenta a la hora de analizar el sector de la construcción.

Según un informe publicado por el Departamento de Comercio de Estados Unidos en agosto de 2020, la construcción de viviendas en el país repuntó por tercer mes consecutivo en julio de ese año, lo cual es un indicativo de que el sector inmobiliario está emergiendo como una de las áreas de fortaleza en un momento en el que la economía se vio afectada por la pandemia de COVID-19. En este sentido, la construcción de viviendas creció un 22,6% en julio del 2020 y entre los motivos de este fuerte crecimiento se encuentran una fuerte demanda frente a una oferta limitada.

Las grandes ganancias vinieron de la construcción de departamentos y condominios que se dispararon en un 56,7%. Hay que tener presente que la construcción de viviendas unifamiliares también aumentó en un 8,2%.

Durante el último año Estados Unidos ha seguido viviendo un auge en la construcción, en este sentido la actividad de la construcción de viviendas en Estados Unidos se ha disparado, con el aumento de nuevas

² CSCMP Council of Supply Chain Management Professionals

unidades de vivienda en construcción, alcanzando el nivel más alto en casi 50 años, sin embargo, la oferta de casas que están en venta se desplomó a niveles mínimos históricos en los últimos meses.

Según datos del censo, en enero de 2022 se construyeron 1.5 millones de viviendas. La cifra más alta registrada en años recientes fue en 2006, con un poco menos de 1.4 millones.

Pero los problemas en la cadena de suministro, consecuencia de la pandemia también han afectado al sector de la construcción. Así los retrasos en la cadena de suministro están afectando al mercado de viviendas nuevas.

Es importante destacar el mercado de la piedra natural, que ha importado un total de 2.607 millones de dólares, de los cuales el 98,5% es piedra natural elaborada y el resto piedra natural en bruto. El granito es el material más importado por Estados Unidos y la pizarra sería el material que más exporta España a Estados Unidos. Ambos materiales, junto al mármol, son los tipos de piedra natural más consumidos en Estados Unidos.

- Infraestructuras:

Por otro lado, el crecimiento de los proyectos de energías renovables es uno de los sectores clave que impulsan la actividad de construcción en las áreas de la infraestructura y la construcción industrial. El gobierno de los Estados Unidos está invirtiendo masivamente en la creación de redes, lo que está impulsando la actividad de construcción en el sector de las comunicaciones. Por consiguiente, hay nuevas oportunidades en el segmento de la construcción pesada.

Vinculado a esto destaca la política de la Administración de Biden que busca modernizar las infraestructuras del país de una manera sostenible y centrándose en obras no contaminantes.

En noviembre del año pasado Biden aprobó un proyecto de ley de infraestructuras por valor de un billón de dólares. Dentro de las inversiones contempladas en esta ley destacan entre otras:

- 110.000 millones de dólares destinados a carreteras y autopistas
- 66.000 millones de dólares para la modernización de los servicios ferroviarios del país
- 65.000 millones de dólares para la construcción de líneas para la transmisión de energía que sean resistentes al cambio climático
- 42.000 millones de dólares orientada a mejorar puertos y aeropuertos. Esta partida es realmente relevante en un momento en el que el mundo se enfrenta a bloqueos en la cadena de suministros. En este área se contemplan 17.000 millones en infraestructura portuaria así como 25.000 millones para mejorar la infraestructura de aeropuertos, pistas y terminales.
- 40.000 millones de dólares destinados a la reestructuración de puentes

Oportunidades del sector de la construcción

Con el crecimiento del sector de la construcción en Estados Unidos y las perspectivas de que este siga en aumento, con un crecimiento promedio anual del 1,4% entre 2021 y 2024, se abren posibilidades para las empresas gallegas de construcción.

- Construcción de edificios: se debe aprovechar el potencial de las piedras naturales gallegas, granito y pizarra, ante la creciente demanda de vivienda del mercado estadounidense.
- Infraestructuras: el programa de Biden incluye proyectos para la modernización de éstas, con construcción de “obras verdes”. Este punto también puede ser aprovechado por las constructoras gallegas, que en los últimos años han diversificado su modelo de negocio hacia los servicios urbanos de infraestructuras, además de otros nichos de mercado como el eólico.

SECTOR AGROALIMENTARIO

EE.UU. sigue siendo uno de los mercados principales para la exportación agroalimentaria española y europea. Después de años complicados con las medidas planteadas por la administración contra productos emblemáticos como el aceite, las aceitunas o el vino, durante el año 2021 se ha observado una recuperación importante de las exportaciones del gigante norteamericano, a la vez que coinciden con una mejor situación económica y la menor incidencia de la pandemia.

Pese a todo también se observan incertidumbres derivadas del incremento de los precios de las materias primas y especialmente de los costes de transporte.

El volumen total de importaciones de alimentos a Estados Unidos en 2019 fue de 149.828 millones de dólares. México y Canadá, miembros del NAFTA 5, son los principales exportadores, con importaciones de 29.928 millones de dólares y 24.560 millones de dólares respectivamente.

Les siguen, aunque a bastante distancia, Francia (6.285 millones de dólares), Italia (5.357 millones de dólares) y China (5.096 millones de dólares). Esta última experimentó una importante caída en 2018 (30%) debido a la guerra comercial con EE. UU.

Las exportaciones españolas a EUA ocuparon el decimoctavo lugar, alcanzando los 2.362 millones de dólares, un 3% más que el año anterior. Los principales productos exportados fueron el aceite de oliva, el vino y el mosto, las conservas de aceitunas y el queso.

El comportamiento de los productos españoles en EE.UU. es bueno; las exportaciones en los últimos diez años se han duplicado pre Covid19; las principales partidas que han causado este efecto son el aceite, que se ha multiplicado por tres, el vino que, sin llegar a doblarse, ha incrementado su importación de forma considerable durante la última década, y las conservas de pescado que se han multiplicado por seis, en gran parte gracias al pulpo.

Cabe mencionar que, tras el fallo de la OMC (Organización Mundial de Comercio) a favor de Boeing y EE. UU., en el litigio que mantenían con Airbus y los países del consorcio (Reino Unido, Alemania, Francia y España), EE.UU. fue autorizado a imponer aranceles a productos europeos por valor de 7.500 millones



de dólares. En el caso de los productos españoles, las autoridades estadounidenses optaron por aplicar un arancel adicional del 25% sobre los productos agroalimentarios más exportados: el aceite de oliva embotellado, el vino, las aceitunas verdes, el queso y el pulpo, entre otros. Sin embargo, el 5 de marzo de 2021, la Administración Biden suspendió los aranceles del 25% por un periodo de cuatro meses, esta decisión se prorrogó en junio de 2021 por un período de cinco años, la cual ha contribuido a un incremento superior al 20% de las exportaciones de alimentación y bebidas españolas a Estados Unidos.

En cuanto al consumo del sector, cabe mencionar que, con las ventas repartidas entre el canal minorista y el canal HORECA, Estados Unidos es el principal mercado de alimentos por volumen a nivel global. El sector fue siendo muy castigado por la crisis del COVID19, en marzo de 2020, mes en el que impactó el Covid19 en Estados Unidos, la caída del sector HORECA ascendió a 108 mil millones de dólares, con datos negativos en los siguientes meses que se tradujeron en una contracción anual del 24%.

En el sector retail, por su lado, los datos del primer trimestre de 2020 apuntaron a un incremento de ventas de hasta 17 mil millones de dólares con respecto al trimestre de 2019 (US Census Bureau). Hay dos factores que han motivado dicha circunstancia:

- a) la población hizo acopio de productos no perecederos.
- b) hubo un incremento en el consumo de productos gourmet, como consecuencia del cierre de los restaurantes.

El mercado de Estados Unidos es prioritario para la industria alimentaria española, especialmente para los sectores del aceite de oliva, las conservas vegetales y los productos gourmet. La buena imagen que los alimentos y bebidas provenientes de España tienen en este país, se refleja en el interés que las empresas estadounidenses muestran.

En cuanto a las exportaciones gallegas, el sector agroalimentario también se encuentra dentro de los sectores con mayor peso. Los pescados y mariscos, las conservas de pescado y los vinos de calidad, son los principales productos demandados por el país americano. Aunque tampoco debemos obviar el efecto que el aumento de las tasas arancelarias ha tenido en la comunidad gallega, lo que sumado a la pandemia del Covid-19, han provocado una caída de las exportaciones a Norteamérica.

Oportunidades de negocio

A pesar de que tradicionalmente el perfil del consumidor estadounidense establece la carne como uno de los principales alimentos demandados por la población, existen unas nuevas tendencias y un creciente interés por productos de carácter orgánico. De tal forma según datos de la firma International Team Consulting, en 2018 se produjo un crecimiento sin precedentes en el consumo de estos alimentos orgánicos que han pasado de ser consumidos por un pequeño porcentaje de la población a ser consumidos por la mayoría de los estadounidenses, cada vez más concienciados con la salud, el medioambiente y el buen trato a los animales. El consumo de estos productos ha continuado incluso con la pandemia de Covid-19.

En este sentido debe mencionarse también que los consumidores estadounidenses se caracterizan por un espíritu consumista, siendo además muy exigentes a nivel de calidad y garantía. Esperan mucho del producto, buscan bienes y servicios que destacan por ofrecer un servicio postventa de calidad y con diseños/envases atractivos. Así mismo, como consecuencia del acelerado ritmo de vida del país, los compradores buscan soluciones rápidas, tales como frutas o ensaladas ya cortadas y lavadas como opción de consumo práctico y fácil; que no impliquen un consumo excesivo de su tiempo, sin que por ello se justifique un detrimento de la calidad final de producto o servicio final.

Analizadas previamente las características del sector y el desarrollo y potencial que se observa en el mismo, a continuación, se enumeran una serie de sectores que se consideran de interés para empresas gallegas de agroalimentación dentro del mercado americano.

- Sector pesquero: en el que podemos identificar dos tipos de productos:
 - Pescados y mariscos frescos y congelados: representaron en 2018 la tercera partida de importaciones agroalimentarias estadounidenses, con un crecimiento en los últimos años superior al 20% (según se indica en un informe elaborado por el consorcio de la zona franca de Vigo). Suponen además el séptimo tipo de producto gallego más exportado a EE.UU.
 - Conservas de pescado y marisco: su crecimiento superó el 31% en las importaciones estadounidenses. Fueron la sexta partida de productos gallegos más exportados y la primera dentro del sector agroalimentario en 2018.

Existe una buena aceptación de la industria española en el país y, por tanto, supone una oportunidad para la industria gallega, si aprovecha este constante aumento de la demanda norteamericana.

- Vinos: El país norteamericano ha reflejado un aumento de la demanda de este producto, ya que en los últimos años las bebidas alcohólicas y vinagres cuentan con un crecimiento de sus importaciones. En el caso gallego, los vinos de calidad representan uno de los productos más exportados a Estados Unidos.
- Aceite de oliva: a pesar de la caída en las exportaciones de estos productos debido a los aranceles aprobados en la política de Trump, se trata de uno de los productos más demandados por los consumidores estadounidenses, llegando a ser la cuarta partida del sector agroalimentario más exportada en Galicia en el año 2018. Al igual que en el sector pesquero, existe una buena aceptación de la industria del aceite de oliva en el país norteamericano y una buena oportunidad comercial para que el mercado gallego se afiance en él.

La innovación en las prácticas de sostenibilidad será una prioridad principal a medida que los fabricantes se adapten a las crecientes demandas de los consumidores. Así algunas de las tendencias esperadas y que se pueden aprovechar como oportunidades de negocio son:

- Compromiso con la sostenibilidad: existe una urgencia cada vez mayor para abordar el impacto humano en el cambio climático y los consumidores son más conscientes que nunca sobre cómo sus decisiones personales y las marcas que respaldan impactan en el medio ambiente. En consecuencia los fabricantes están adaptándose con el objetivo de ser más conscientes con el

medio ambiente. En este sentido, las tendencias que están ganando apoyo son el alejamiento de las fuentes de energía basadas en combustibles fósiles, la reducción del consumo de agua, los envases sostenibles (reciclables, biodegradables u opciones que reducen significativamente el uso de plástico) y las soluciones de limpieza y detergentes limpios y ecológicos para los productos finales.

- El auge de las plantas: más de la mitad de los consumidores en Estados Unidos comen más alimentos de origen vegetal, y se espera que su popularidad crezca en 2022. Las dietas a base de plantas se han incrementado un 300% para los estadounidenses en los últimos 15 años.

Dentro del sector agroalimentario hay que resaltar las tendencias crecientes de consumo en la actualidad, encontrando entre ellas el sector vegano, el auge de los productos ecológicos y los productos gourmet.

Así las proteínas de origen vegetal y las alternativas lácteas son algunas de las opciones más populares y que seguirán estando a la vanguardia. En un estudio de 2021 realizado por The Hartman Group para el Food Marketing Institute (FMI) reveló que el 29% de los compradores están moderando su consumo de carne y el 9% de los compradores no consumen productos cárnicos.

Para finalizar, según datos extraídos de Food Manufacturing, se observa un cambio en los hábitos de consumo post pandemia. Así el 64% de los consumidores no planea volver a sus hábitos previos a la pandemia de cenar en restaurantes, lo que ha provocado que el 61% de los consumidores ordene comida para llevar o entrega a domicilio al menos una vez por semana, frente al 29% de hace un año. Esto es un claro ejemplo de cómo la pandemia ha cambiado el comportamiento de los consumidores que seguirá obligando a la industria alimentaria a adaptarse a las demandas de los consumidores.

CANALES DE DISTRIBUCIÓN

Tradicionalmente, la exportación de alimentos a Estados Unidos se ha hecho por barco, puesto que los costes por transporte marítimo son más económicos que el transporte aéreo. Sin perjuicio de ello, hay que tener en cuenta que, para productos perecederos, puede ser más interesante optar por el transporte aéreo, que llegará con mucha más rapidez al lugar de destino.

De los diez puertos principales, cinco están en la costa este al alcance desde España (Newark/New York, Savannah, Houston, Norfolk y Charleston). De estos puertos, los más especializados en mercancía alimentaria son los de Nueva Jersey/Nueva York y Savannah, por lo que alrededor hay numerosos almacenes y empresas del sector.

España suele introducir gran parte de sus exportaciones alimentarias por el puerto de Miami, con un 2,6% del total de TEUs (Twenty-foot Equivalent Unit) recibidos en 2018. Asimismo, existen 563 aeropuertos en Estados Unidos de uso comercial. El JFK de Nueva York o Newark International Airport de Nueva Jersey son los que reciben más mercancía de alimentos.

Antes de analizar los distintos canales de distribución, es necesario mencionar los intermediarios que se requieran para que el producto llegue a destino:

4.1 Importador

Figura que adquiere la mercancía en propiedad y se hace responsable del producto desde el momento en que llega a Estados Unidos. Sin perjuicio de que se puedan estipular ciertas cláusulas en el contrato, lo más normal es que el exportador pierde cierto control del producto cuando llega a Estados Unidos, pues el importador será quien, en general, tome las decisiones comerciales. Es por ello, la importancia de una buena elección de los importadores ya que determinará la presencia y el posicionamiento del producto en el área sobre el que se le otorgue competencias.

El margen del importador varía según su tamaño y funciones. Oscila normalmente entre un 15% y un 30% sobre el importe al que compra al exportador, incluyendo los gastos en que incurre el importador.

4.2 Distribuidor mayorista

Figura que también adquiere la mercancía en propiedad. Se encarga de la operativa logística que se precise para trasladar el producto desde las instalaciones del importador hasta las de él/ los cliente(s) a los que venderá los productos. El distribuidor mayorista se ocupa, en muchos casos, también de participar en programas promocionales. Los principales clientes de los distribuidores especializados en productos gourmet, suelen ser los supermercados y las tiendas gourmet.

El margen del distribuidor varía en función de su tamaño y funciones, pero el margen suele oscilar sobre un 15% y un 35% sobre la cuantía a la que compra el producto al importador, incrementada en los gastos en los que incurra.

4.3 Canal minorista

El minorista es el último paso en la cadena de distribución y es el que mejor conoce la demanda de los productos, factor que hace casi imprescindible que los exportadores tengan cierto contacto con ellos para poder tener éxito en el mercado. Hay, aproximadamente, 40.000 tiendas de comestibles minoristas en EE. UU. El 70% representan supermercados, almacenes, hipermercados, clubes mayoristas y tiendas naturales/gourmet, mientras que el 30% restante son “military commissaries”.

En cuanto a grandes y medianas superficies en Estados Unidos destacan: Walmart, The Kroger, Albertsons, Ahold Delhaize, Publix, HEB, Wakefern Food Corp, Aldi, Trader Joe's, Costco, Sam's Club. El margen de las grandes superficies oscila entre el 20 y el 30%.

Las tiendas gourmet o de especialidad se centran en un nicho muy específico de consumidores:

- a) Que ya conozcan el producto y estén dispuestos a pagar un precio más elevado por el producto.
- b) Que sean profesionales de la industria. En estos casos, el margen suele ser superior al de los supermercados, con un margen que suele oscilar entre el 50 y el 70%. Existe presencia de diversidad de productos españoles en este segmento.

4.4 Canal Horeca

El canal HORECA (Hoteles- Restaurantes- Cafeterías) se conoce en Estados Unidos como Food Service.

Se trata de un canal relevante, puesto que en muchas ocasiones sirve de plataforma para dar a conocer un producto que también se vende en tiendas. Por ejemplo, cuando un chef apuesta por un determinado ingrediente en su menú y éste tiene buena acogida, se extiende el conocimiento de dicho producto vía revistas y webs que identifican las nuevas tendencias del sector.

Las vías de suministro para cada hotel, restaurante o cafetería pueden ser:

- a) Mayoristas regulares: Destacan Sysco, Reinhart Foodservice o Performance Food Service.
- b) Specialty distributors: Destacan algunos como BK Speciality Foods, Frontier Ingredients, The Spanish Table, La Española meats o La Tienda Delicias de España. Los productos españoles tienen muy buena cabida en los Specialty Distributors.

4. ENTORNO OPERATIVO

4.1 Régimen de Comercio e Inversiones

4.1.1 Régimen comercial

El régimen comercial y de inversiones de Estados Unidos se encuentra entre los más abiertos del mundo. El territorio aduanero engloba a los 50 Estados del país, así como el distrito de Columbia y Puerto Rico (estado libre asociado). El Servicio de Aduanas está dividido por siete regiones organizándose en distritos y cada uno con diferentes puertos de entrada.

Los derechos de aduana se aplican sobre el valor FOB de las mercancías introducidas en EE. UU. Están basados en la Nomenclatura Internacional del Sistema Armonizado de Designación y Codificación de Mercancías.

La Oficina de Aduanas y Protección en Frontera (CBP), que pertenece al Ministerio de Seguridad Interior, es el organismo encargado de la gestión aduanera. Entre las funciones de la CBP, están las de imponer y recaudar impuestos, gravámenes y derechos sobre diferentes mercancías importadas. Se puede decir que una de las funciones más importantes es que se cumplan todas las normas estipuladas bajo el CBP. Los importadores, además de tener que contactar con esta agencia, tendrán que dirigirse a los organismos que sean competentes en función de la mercancía objeto de importación ya que en algunos casos los productos pueden requerir para alguna licencia o permiso especial emitido por agencias estatales o bien deben ir acompañados de certificados expedidos por ciertos organismos del país de exportación.

Por ejemplo, para productos de consumo (excluidos el material eléctrico y de gas) la agencia competente es la *Consumer Product Safety Commission* (CPSC) que se encarga de publicar las normas de obligado cumplimiento y de proporcionar información necesaria sobre laboratorios acreditados que pueden verificar y certificar dichos productos.

Además, mencionar que a partir de diciembre de 2003 las empresas importadoras de productos alimenticios y farmacéuticos deben estar registradas ante FDA (Food and Drug Administration) y deben realizar una notificación previa de sus envíos con la antelación necesaria.

La FDA es la entidad encargada de establecer y verificar el cumplimiento de regulaciones para garantizar la seguridad de los alimentos, medicamentos y cosméticos que se consumen en los Estados Unidos.

La FDA administra los siguientes aspectos:

- Cumplimiento de la Ley contra el Bioterrorismo
- Reglamento en cuanto a dispositivos médicos y aquellos que emitan radiación
- Alimentos envasados de baja acidez y acidificados (LACF/AF)
- Aditivos e ingredientes alimentarios
- Etiquetado y envasado de alimentos procesados
- Alimentos preparados que contengan menos de 2% de contenido cárnico (Los que tienen mayor contenido son regulados por el FSIS)
- Mariscos y pescados
- Huevo en cáscara (los ovoproductos son regulados por el FSIS)
- Inspección de los límites máximos de residuos de plaguicidas, medicamentos veterinarios, metales pesados y demás contaminantes, conforme a lo establecido por la Agencia de Protección Ambiental (EPA)

Hay que destacar que importar en el país no es fácil, por lo que es recomendable contar con un buen asesor y agente aduanero con el propósito de agilizar los diferentes trámites. Los agentes de aduanas, conocidos como *custom brokers*, se pueden contratar a través de la siguiente página: <https://www.cbp.gov/contact/find-broker-by-port> que permite encontrarlos por estado. Todas las importaciones son clasificadas según el Arancel Armonizado del país basándose en la Nomenclatura Internacional del Sistema Armonizado de Designación y Codificación.

En julio de 2013, Estados Unidos y la Unión Europea comenzaron las negociaciones de la Alianza Transatlántica para el Comercio y la Inversión (Transatlantic Trade and Investment Partnership - TTIP) (octava ronda de negociaciones en febrero de 2015). En 2016, seguían sin acuerdo a pesar de que sus propósitos eran abrir nuevas oportunidades para las familias, trabajadores, empresas y agricultores americanos facilitando un mayor acceso al mercado europeo, así como la creación de más empleo y a la vez conseguir nuevos socios estratégicos y económicos entre ambos países.

Tras este acuerdo, se han producido una serie de avances para tratar de reducir determinadas barreras no arancelarias, como en ámbitos como el farmacéutico o automovilístico, o la liberalización del acceso a los servicios públicos. No obstante, existen controversias en cuestiones como la introducción de un mecanismo de resolución de conflictos entre inversores extranjeros y Estados Unidos.

Estados Unidos es uno de los países que más investigaciones *antidumping* realiza. Resulta importante mencionar que vender mercancías en Estados Unidos por debajo del precio al que dichas mercancías u otra sustancialmente igual es vendida en el país de procedencia puede violar las

leyes *antidumping* estadounidenses. Asimismo, pueden adoptarse medidas antisubvención, en forma de aranceles adicionales cuando se determina que mercancías de importación se han beneficiado de determinados tipos de subvenciones consideradas ilícitas bajo la normativa de la OMC y estas originan un daño a la industria estadounidense.

Existen algunos productos españoles, fundamentalmente siderúrgicos y químicos, sometidos a medidas *antidumping*. El 1 de agosto de 2018 se impusieron medidas *antidumping* y antisubvención con carácter definitivo a las aceitunas negras de España. En este sentido cabe destacar que en noviembre del pasado año 2021, la Organización Mundial del Comercio (OMC) publicó un informe definitivo en el dictamina inconsistencias en las medidas de defensa comercial aplicadas en EE.UU. a las aceitunas negras españolas y, por tanto, insta a eliminar la imposición de gravámenes contra dichos productos. Además, las exportaciones españolas de alambro de acero inoxidable están sujetas a un derecho antidumping del 2,71%, aunque también en este área el pasado mes de octubre EE.UU. y la UE llegaron a un acuerdo en cuanto a estos aranceles, así el acuerdo mantiene los aranceles estadounidenses del 25% y 10% respectivamente sobre el acero y el aluminio, pero permitirá que una cantidad indefinida de esos productos procedentes de la UE no sea sometida a esas tarifas. Otros productos españoles sometidos a estas medidas son las exportaciones españolas de acetona que puede suponer hasta una tasa del 171%.

A continuación, clasificamos algunas de las barreras, los documentos comerciales necesarios para la exportación, los certificados y los documentos aduaneros y fiscales en términos generales:

Barreras arancelarias

Existen barreras arancelarias para la introducción de algunos productos en el mercado americano, no obstante estas varían en función de la mercancía, por lo que se recomienda revisar el arancel específico en función del número HTS en el siguiente enlace: <https://www.macmap.org/es>

Es interesante destacar que algunas exportaciones agroalimentarias españolas, entre ellas el aceite de oliva, el vino, quesos y cítricos, estaban siendo grabados con un arancel del 25%, pero en 2021 el presidente Joe Biden ha llegado a un acuerdo con la UE para paralizar este arancel por un período temporal de 4 meses. Acuerdo que se ha ampliado el pasado noviembre, alargando la suspensión del arancel por 5 años.

Barreras no arancelarias

Barreras administrativas

Las primeras barreras administrativas se encuentran en los trámites de entrada: control al que se someten las diferentes mercancías hasta que se encuentren en los puertos de entrada y el servicio de aduana autorice la entrega; y la introducción de mercancías con finalidad de consumo que primero necesitaran presentar documentos necesarios (Manifiesto de Entrada de Mercancías, formulario aduanero 7533 o la Solicitud y el Permiso Especial de Entrega Inmediata, formulario aduanero 3461.

También se cuenta con un proceso específico para la liberación de cargamentos y para poder introducir mercancías bajo una fianza.

Se destacan los siguientes puntos:

- Existen requisitos sanitarios y fitosanitarios de carácter federal que se rigen por la Ley Federal de Productos Alimenticios, Medicamentos y Cosméticos, la Ley de Modernización de la Seguridad Alimentaria (FSMA) y los reglamentos que la desarrollan, la Ley Federal de Inspección de la Carne, la Ley de Protección Fitosanitaria, la Ley Federal sobre Insecticidas, Fungicidas y Rodenticidas, y Ley de Fiscalización de las Sustancias Tóxicas. En general, las medidas sanitarias y fitosanitarias están sujetas a los mismos procedimientos administrativos de formulación de normas que los reglamentos técnicos.
- Mercado de contratación pública: preferencia local máxima. Sólo los productos de las empresas extranjeras de países firmantes del Acuerdo de Contratación Pública de la OMC serán considerados como estadounidenses.
- La distribución de alcohol puede ser libre, limitada, ilegal o grave, según la legislación de cada Estado. La agencia que se encarga de la regulación de la exportación del alcohol y el tabaco es la TTB. Existen diferentes regulaciones en función del tipo de bebida alcohólica: vino, cerveza, licor etc.

Barreras técnicas

Aunque la mayoría de los productos se pueden importar sin restricciones, todos tienen que cumplir con las regulaciones impuestas por los organismos correspondientes y con las leyes sobre ciertos productos como es el caso del alcohol y cosméticos.

Se destacan las siguientes barreras técnicas:

- Inspección comercial (coste directo para el importador) de las aceitunas importadas para verificar el correcto cumplimiento de la Marketing Order.
- A partir del 1 de julio de 2014, es necesario el escaneado de contenedores con un equipo que cumpla con las normas establecidas por la Secretaría de Seguridad Interior, y asegurado con un sello que cumpla con los estándares establecidos por la especificación 17712 de la International Organization for Standardization.
- Exigencia (según programa "COOL") de que en la etiqueta figure el país de origen para los siguientes productos: carne picada de ternera, cordero, pollo, cabra y cerdo; mariscos y pescado; frutas y vegetales frescos y congelados; nueces de macadamia, nuez lisa y cacahuetes; y ginseng.
- Importación de plantas debe ir acompañada de una declaración de importación en la que se indique: nombre científico, valor, cantidad y país de origen.

Barreras comerciales

Como se describe a continuación, se pueden destacar diferentes medidas sanitarias y fitosanitarias en el país.

Por ejemplo, existen diferentes normas para la importación de productos:

- Productos lácteos (un ejemplo es la leche ya que, si es exportada, se someterá a diferentes controles con el fin de que cumpla la normativa sanitaria tanto animal como de salud humana).
- Exportación de moluscos bivalvos vivos (obligatorio para Estados Unidos que estudien y controlen las aguas en la que se crían los moluscos para detectar, si las hay, coliformes y la bacteria E. Coli).
- Importación de productos vegetales (largos procesos para conseguir la autorización debido al exhaustivo análisis de riesgo en Estados Unidos con este tipo de alimentos; existe el Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) que tiene una base de datos (FAVIR) indicando lo que se permite y lo que no). [La base de datos se puede consultar en: <https://epermits.aphis.usda.gov/manual/index.cfm?CFID=4180924&CFTOKEN=1991642a930ad651-14235CAC-BFD1-9DF1-11424C5AAD1EC9DA&ACTION=pubHome>]
- Exportación de productos vegetales: se necesita un *Import Permit* que debe de ser solicitado por la APHIS. Este proceso se realiza a través de un ePermit que puede tardar hasta 30 días en ser procesado. [Información adicional sobre el ePermit: https://www.aphis.usda.gov/permits/downloads/ePermits_FAQs.pdf].
- Productos de origen bovino y ovino (es necesario cumplimentar con un proceso de equivalencia de inspección; con respecto a la carne de ovino, aún es necesario esperar a que se permita ya que, a fecha de hoy, no están permitidas las exportaciones).

Prohibiciones

Existen numerosas restricciones en diferentes productos a la hora de exportar hacia EEUU. Por ejemplo, está prohibido exportar carne cruda, aunque se permite la importación de jamón serrano, jamón ibérico, jamón de Parma y paletillas y lomo ibérico, siempre y cuando los productos procedan de establecimientos y mataderos autorizados.

En el siguiente enlace puede ver en detalle cuales son las restricciones impuestas por parte de la Administración de EEUU:

<https://www.cbp.gov/travel/us-citizens/know-before-you-go/prohibited-and-restricted-items>

Documentos comerciales

Los documentos descritos a continuación son los que se requieren para la exportación:

- Factura comercial
- Lista de embalaje
- Declaración de Exportación del Remitente
- Certificados y licencias pertinentes en función del producto exportado



Certificados

- Certificado de origen: la Cámara de Comercio Internacional (CCI) establece que no es un documento obligatorio sino facultativo, es decir, que el exportador no tiene obligación de presentarlo.

Etiquetas

La FDA es la agencia encargada de verificar y aprobar la etiqueta del producto importado sea correcta. Existen diferentes regulaciones en función del producto: comida, bebida etc.
Fuentes: Cámaras de Comercio de España, FDA y Market Access Database

La Nueva y Mejorada Etiqueta de Información Nutricional – Cambios Clave



La Administración de Medicamentos y Alimentos de Estados Unidos ha finalizado una nueva etiqueta de Información nutricional para los alimentos envasados que le facilitará tomar decisiones informadas sobre los alimentos que apoyan una dieta saludable. La etiqueta actualizada tiene un nuevo diseño y refleja la información científica actual, incluido el vínculo entre la dieta y las enfermedades crónicas.

1. Porciones

El número de "porciones por envase" y el "tamaño de la porción" han aumentado y ahora están en letras más grandes y/o en negritas. Los tamaños de las porciones se han actualizado para reflejar lo que las personas realmente comen y beben en la actualidad. Por ejemplo, el tamaño de la porción para el helado era previamente 1/2 taza y ahora es 2/3 de taza.

También hay nuevos requisitos para ciertos tamaños de paquetes, tales como los que tienen entre una y dos porciones o son más grandes que una sola porción, pero se podrían consumir en una o varias sentadas.

2. Calorías

Las "calorías" ahora se indican en letras más grandes y en negritas.

3. Grasa

Las "calorías de la grasa" se han eliminado debido a que las investigaciones muestran que el tipo de grasa consumida es más importante que la cantidad.

4. Azúcares añadidos

Los "azúcares añadidos" en gramos y como un Porcentaje de valor diario (%VD) ahora es obligatorio en la etiqueta. Los azúcares añadidos incluyen azúcares que se agregan durante el procesamiento de los alimentos o se empacan como tales (por ejemplo, una bolsa de azúcar de mesa) y también incluyen azúcares

Etiqueta actual

Nutrition Facts	
Serving Size 2/3 cup (55g) Servings Per Container About 8	
Amount Per Serving	
Calories 230	Calories from Fat 72
% Daily Value*	
Total Fat 8g	12%
Saturated Fat 1g	5%
Trans Fat 0g	
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 160mg	7%
Total Carbohydrate 37g	12%
Dietary Fiber 4g	16%
Sugars 12g	
Protein 3g	
Vitamin A	10%
Vitamin C	8%
Calcium	20%
Iron	45%
* Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily value may be higher or lower depending on your calorie needs.	
	Calories: 2,000 2,500
Total Fat	Less than 65g 80g
Sat Fat	Less than 20g 25g
Cholesterol	Less than 300mg 300mg
Sodium	Less than 2,400mg 2,400mg
Total Carbohydrate	300g 375g
Dietary Fiber	25g 30g

Etiqueta nueva

Nutrition Facts	
1 8 servings per container	
Serving size 2/3 cup (55g)	
Amount per serving	
Calories 230	
% Daily Value*	
Total Fat 8g	10%
Saturated Fat 1g	5%
Trans Fat 0g	
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 160mg	7%
Total Carbohydrate 37g	13%
Dietary Fiber 4g	14%
Total Sugars 12g	
4 Includes 10g Added Sugars 20%	
Protein 3g	
5 Vitamin D 2mcg 10%	
Calcium 200mg 15%	
Iron 8mg 45%	
Potassium 235mg 6%	
6 * The % Daily Value (DV) tells you how much a nutrient in a serving of food contributes to a daily diet. 2,000 calories a day is used for general nutrition advice.	

de jarabes y miel y azúcares de jugos de fruta o vegetales concentrados. Los datos científicos muestran que es difícil satisfacer las necesidades de nutrientes mientras se mantiene dentro de los límites de calorías si consume más del 10 por ciento de su total de calorías diarias del azúcar añadido.

5. Nutrientes

Se ha actualizado la lista de nutrientes que son requeridos o permitidos en la etiqueta. La vitamina D y el potasio ahora son requeridos en la etiqueta, debido a que los estadounidenses no siempre consumen las cantidades recomendadas. Las vitaminas A y C ya no son requeridas, ya que las deficiencias de estas vitaminas son raras hoy en día. Se debe indicar la cantidad real (en miligramos o microgramos) además del %VD para la vitamina D, el calcio, el hierro y el potasio.

Los valores diarios para los nutrientes también se han actualizado con base en las pruebas científicas más recientes. Los valores diarios son las cantidades de referencia de los nutrientes a consumir o que no se deben exceder, y se utilizan para calcular el %VD.

6. Nota a pie de página

La nota a pie de página en la parte inferior de la etiqueta ha cambiado para explicar mejor el significado del %VD. El %VD le ayuda a entender la información nutricional en el contexto de una dieta total diaria.

Etapas de Transición a la Nueva Etiqueta de Información Nutricional
Compañías pueden estar imprimiendo la nueva y mejorada etiqueta de información nutricional; por lo tanto, encontrará dos versiones diferentes de dicha etiqueta. Esto significa que a nivel nacional, encontrará la etiqueta nueva en muchos productos.

Para obtener más información sobre la nueva etiqueta de Información nutricional, visite: www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/GuidanceDocumentsRegulatoryInformation/LabelingNutrition/ucm385663.htm

enero de 2018

Fuente: FDA

A continuación, se mencionan los organismos federales y reguladores de interés general para las empresas gallegas que quieran exportar a Estados Unidos:

- U.S. Food and Drug Administration
www.fda.gov › <https://www.fda.gov/about-fda/fda-en-espanol>



- Centers for Disease Control and Prevention (CDC)
www.cdc.gov
- U.S. Department of Agriculture (USDA)
<https://www.usda.gov/>
- U.S. Department of Commerce
<https://www.commerce.gov/>
- U.S. Department of Defense
<https://dod.defense.gov/>
- U.S Customs and Border Protection
<https://www.cbp.gov/about>
- U.S. Department of Agriculture (USDA)
<https://www.usda.gov/>
- U.S. Department of Agriculture – Animal and Plant Health Inspection Service
<https://www.aphis.usda.gov/aphis/home/>
- Federal Trade Commission (FTC)
<https://www.ftc.gov/>
- Alcohol and Tobacco Tax Bureau (TTB)
<https://www.ttb.gov/>
- Federal Transit Administration (FTA)
<https://www.transit.dot.gov/>
- Securities and Exchange Commission (SEC)
<https://www.sec.gov/>

4.1.2 Régimen aplicable a la inversión extranjera

Desde 1976, existe un tratado que se encarga de regular la inversión extranjera en EEUU llamado “International Investment and Trade in Services Survey Act”. No obstante, es importante recalcar que cada estado cuenta con su propia normativa para atraer la inversión extranjera directa. El organismo competente de Estados Unidos para declarar la inversión es la *International Trade Administration* que fortalece la competitividad a nivel internacional e industria estadounidense, mientras que se promueve el comercio e inversión del país cumpliendo las normas, leyes y acuerdos comerciales.



Como datos informativos, y de acuerdo a *Santander Trade*, el flujo de Inversión Extranjera Directa (IED) entrante en 2020 disminuyeron un 40%, pasando de 261.000 millones de USD en 2019 a 156.000 millones en 2020, debido principalmente a la reducción de los beneficios reinvertidos. De acuerdo al último informe *Doing Business 2020*, Estados Unidos se ubicó en la sexta posición de 190 países con respecto a la calidad de su clima empresarial.

La economía americana es favorable hacia la IED brindando muchas oportunidades al inversor extranjero en el país. No existen restricciones a la propiedad extranjera de empresas o a la participación en compañías estadounidenses, pero existen casos puntuales relacionados con la seguridad nacional, o en aquellos derivados de la legislación Exon-Florio (el presidente puede bloquear adquisiciones de empresas estadounidenses). La inversión extranjera recibe el mismo trato que la nacional. Pueden existir diferencias regulatorias entre diferentes Estados, aunque la normativa regulatoria resulta bastante homogénea para la inversión extranjera.

Muchas restricciones proteccionistas en el país hacen que ciertos productos con origen estadounidense sean preferentes para los suministradores basándose en dos términos legales que son *Buy America* y *Buy American*. El primero hace referencia a las compras del sector transporte que cuentan con una subvención federal, siendo regulados por el *Federal Transit Administration (FTA)* teniendo que estar 100% fabricado en el país y materiales de hierro y acero también extraídos del país (importante señalar que en el caso de tener materiales extranjeros, éstos deberán de estar valorados en \$2,500 o 0.1% del valor del contrato). *Buy American*, hace referencia a la contratación de bienes con subvención federal que tienen que estar 100% fabricados en el país siendo la mitad del material utilizado de origen estadounidense.

Las mayores restricciones se encuentran en los sectores de banca, defensa, telecomunicaciones y transporte aéreo.

Sin embargo, existen restricciones a la inversión extranjera en determinados sectores:

- Comunicaciones: una ley federal exige la obtención de una licencia para ser propietario de emisoras de radio o cadenas de televisión, que no se otorga si la participación extranjera es >25% del capital, salvo interés nacional.
- Defensa: no se otorga a compañías bajo control extranjero la autorización (“security clearance”) necesaria para poder ser contratado por el Departamento de Defensa.
- Aviación y marítimo: la propiedad extranjera no puede superar el 25% del capital.
- Generación eléctrica: realizada a través de centrales nucleares y manipulación de residuos nucleares está vedada para los extranjeros.
- Banca y seguros: todas las entidades que quieran establecer una sucursal, filial o agencia necesitarán solicitar una licencia para el efecto por parte del *Federal Reserve Board (FRB)*. Muy pocos Estados permiten el establecimiento de agencias de seguros. Todas las entidades extranjeras estarán reguladas por el *International Banking Act (IBA)* - 1978, la *Riegle-Neal Interstate Banking and Branching Act* – 1994,

y la *Foreign Bank Supervision Enhancement Act (FBSEA)* – 1991. El fin del control es que se tenga un número máximo de sucursales por estado y que los directores de bancos extranjeros sean ciudadanos americanos.

- Minería: no está permitida la propiedad de ninguna explotación ni yacimiento minero.
- Energía: debido a la regulación exigente de leyes federales y estatales, en la mayoría de los casos no está permitido que participen extranjeros.

Las adquisiciones y fusiones de empresas estadounidenses en las que intervengan sociedades extranjeras han de ser examinadas por el Comité para la Inversión Extranjera. No existe un Acuerdo de Promoción y Protección Recíproca de Inversiones entre EE. UU. y España. Si bien, EE. UU. es miembro de MIGA.

Importante destacar que algunos estados cuentan con restricciones adicionales y limitaciones a la hora de comprar terrenos. Entre éstos, se encuentran California, Carolina del Norte, Dakota del Norte, Illinois, Kansas, Nueva Jersey, Nueva York, Nevada y New Hampshire.

Con respecto a la repatriación de capital o control de cambios, Estados Unidos no lo aplica a los extranjeros lo que significa que existe una libre circulación de capitales, préstamos y beneficios. La *International Revenue Service (IRS)*, se encarga de que todos los contribuyentes del país cumplan con las responsabilidades tributarias, así como que la ley se cumpla. La IRS persigue todo tipo de blanqueo de dinero y efectuó la obligación de que todos los que salgan o entren de Estados Unidos con más de \$10.000 USD en efectivo, tengan que declararse en aduanas.

A fecha de hoy, Estados Unidos ha estipulado sanciones contra España como las que puede haber con Irán, Cuba, Rusia, entre otros.

4.2 Sistema Fiscal

El año fiscal será un periodo de 12 meses que ha de finalizar el último día de un mes natural (excepto en los años de 52 / 53 semanas), aunque existen ciertas particularidades en la definición del año fiscal de determinadas entidades como las empresas con control extranjero.

La Administración fiscal y la legislación en materia de impuestos es diferente entre cada uno de los ámbitos: federal, de los Estados y de las Administraciones locales. El Gobierno local se financia a través del Impuesto sobre el Patrimonio y, en algunos casos, del Impuesto sobre la Renta (*Income Tax*). El Gobierno del estado lo hace principalmente mediante el *Sales Tax* (una especie de Impuesto sobre el Valor Añadido), por el *State Income Tax* o *Franchise Tax* y con un *Property Tax* que es el impuesto sobre bienes inmuebles. El Gobierno federal se financia principalmente a través del Impuesto sobre la Renta Federal (*Federal Income Tax*).

Las rentas empresariales están sujetas a un tipo impositivo federal que desde el 1 de enero de 2018 con la aprobación de la ley *Tax Cuts and Jobs Act of 2017* se ha reducido a un 21%. Algunos estados pueden imponer un impuesto sobre la renta entre un 1% y un 12%.

Durante la creación de una sociedad en Estados Unidos, la mayoría de las veces no hay una carga fiscal muy elevada ya que la mayoría de los estados cuentan con beneficios e incentivos.

El Impuesto sobre la Renta de las personas físicas es federal y se aplica a todos los americanos y aquellos residentes en el país. En el caso de los residentes, es necesario tener una Green Card o haber cumplido los requisitos de estancia mínima en el país. El impuesto sobre la renta se liquida aplicando a la base imponible cuatro baremos diferentes dependiendo de la situación del contribuyente (solteros, casados con declaración conjunta, parejas declarando por separado y cabeza de familia [*Head of Household*]) lo que hace que varíe la tasa base entre un 10% y un 37%. La base dependerá del ingreso bruto anual (rentas de trabajo, pensiones, capital inmobiliario, entre otros). A la vez, se puede optar a deducciones que dependen del estado de residencia y cotizaciones sociales, seguros sanitarios, entre otros, para obtener el ingreso bruto ajustado.

Es importante destacar que algunos estados emplean sus propias reglas sobre el impuesto de la renta:



Fuente: Tax Foundation

- 8 estados no aplican el impuesto sobre la renta, estos son Alaska, Florida, Nevada, South Dakota, Tennessee, Texas, Washington y Wyoming.
- 9 estados tienen una tarifa plana (*Flat Rate individual Income Tax*) que son a fecha de 2022: North Carolina (4.99%), Kentucky (5%), Massachusetts (5%), Illinois (4.95%), Utah (4.95%), Colorado (4.55%), Michigan (3.9%), Indiana (3.23%) y Pennsylvania (3.07%).
- El estado de New Hampshire, aplica únicamente las tasas a los ingresos correspondientes por ingresos y dividendos.

Impuesto sobre la Renta 2022

2022 State Individual Income Tax Structures

States with No Income Tax	States with a Flat Income Tax	States with a Graduated-rate Income Tax
Alaska	Colorado	Alabama
Florida	Illinois	Arizona
Nevada	Indiana	Arkansas
South Dakota	Kentucky	California
Tennessee	Massachusetts	Connecticut
Texas	Michigan	Delaware
Wyoming	New Hampshire*	Georgia
	North Carolina	Hawaii
	Pennsylvania	Idaho
	Utah	Iowa
	Washington**	Kansas
		Louisiana
		Maine
		Maryland
		Minnesota
		Mississippi
		Missouri
		Montana
		Nebraska
		New Jersey
		New Mexico
		New York
		North Dakota
		Ohio
		Oklahoma
		Oregon
		Rhode Island
		South Carolina
		Vermont
		Virginia

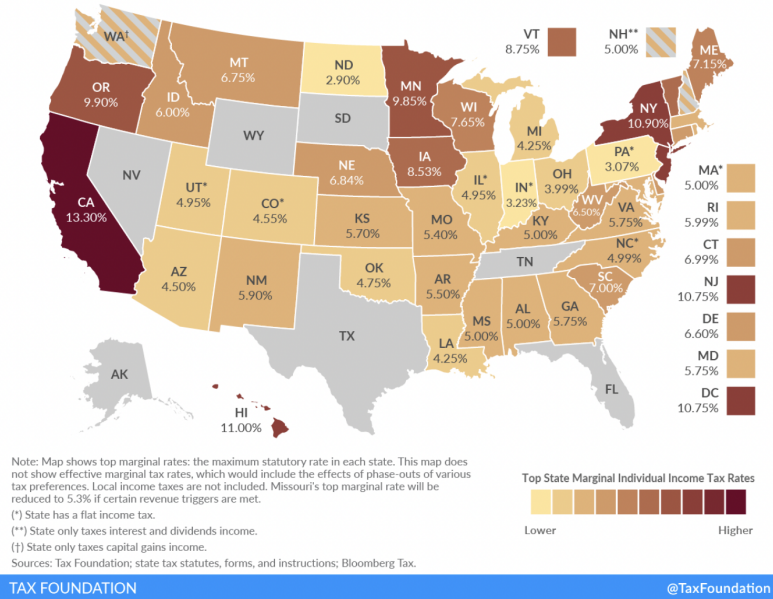
Fuente: Tax Foundation

Para más información sobre las tasas estatales de Impuestos sobre la Renta de personas físicas por estado, se puede consultar en la siguiente página del *Tax Foundation*: <https://taxfoundation.org/publications/state-individual-income-tax-rates-and-brackets/>

El siguiente mapa representa las tasas del país durante el 2022 de manera más visual:

How High Are Individual Income Tax Rates in Your State?

Top Marginal State Individual Income Tax Rates (as of January 1, 2022)



Fuente: Tax Foundation

(<https://taxfoundation.org/publications/state-individual-income-tax-rates-and-brackets/>)

A continuación se indican los 10 estados con las tasas de impuestos sobre la renta más altas:

1. California (13,30 %)
2. Iowa (8,98%)
3. Vermont (8,95%)
4. Nueva York (8,82 %)
5. Hawái (8,25 %)
6. Idaho (7,40 %)
7. Maine (7,15%)
8. Carolina del Sur (7,00%)
9. Conneticut (6,99 %)
10. Nebraska (6,84%)

Con respecto a la imposición sobre el consumo, Estados Unidos no aplica un impuesto sobre el valor añadido ya que se aplica el Impuesto sobre las Ventas por la mayoría de estados estando entre un 3% y un 7.25%. Las empresas se tienen que inscribir en el *Tax Department* en el que se les da un certificado de autoridad que le permitirá empezar a operar.

Florida

Florida, al no contar con impuestos corporativos e Impuestos sobre la Renta Personal, ha logrado construir una historia de gastos responsables y altas reservas logrando el mayor rating disponible de AAA, con un ambiente empresarial de bajos impuestos.

Cada estado perteneciente a EE.UU. tiene su propio régimen fiscal. En cuanto a Florida, el *State Income Tax* adopta la legislación federal (*Internal Revenue Code* del 1 de enero de 2017), aunque mantiene su propio sistema de depreciación y declara expresamente no aplicables determinados artículos del código federal.

Los siguientes conceptos, que son deducibles bajo el régimen federal, deben tenerse en cuenta a nivel estatal para calcular la base imponible:

- Intereses derivados de bonos federales, estatales y municipales.
- Determinadas depreciaciones.
- Determinadas donaciones.

Se aplica un tipo de gravamen general del 5,5%. Por otro lado, el tipo de gravamen del *Alternative Minimum Tax (AMT)* en Florida es del 3,3%. Las empresas que queden sujetas al *Alternative Minimum Tax* federal deben calcular su carga fiscal según el régimen ordinario del *State Income Tax* y según el AMT, e ingresar el impuesto que resultase superior. Una empresa estará sujeta a un AMT siempre que sea superior al *Federal Corporate Income Tax*. La AMT tiene una base imponible que depende de los ingresos y gastos ignorados en el *Federal Corporate Income Tax*. El tipo impositivo único es de un 20% siempre que la base imponible sea superior a los \$40.000 USD.

El ejercicio fiscal coincide habitualmente con el año natural. En Florida, el plazo para presentar las declaraciones fiscales finaliza el 1 de mayo.

Florida somete las ventas al por menor, los servicios de almacenamiento y los alquileres a un gravamen del 6%. En general, los servicios de gestión “management services” no están sujetos al *Sales Tax*, salvo que estén expresamente mencionados en la ley aplicable, así los servicios de administración para el uso de propiedades comerciales o residenciales pertenecen a una categoría única de la ley de Florida. Sí existen *Sales Taxes* adicionales recaudados por las jurisdicciones locales, tales como los establecidos por el distrito de transporte o el distrito del hospital, entre otros. Se puede ampliar la información en el siguiente link:

<https://www.floridasalestax.com/florida-tax-law-blog/2012/may/what-services-are-subject-to-sales-tax-in-florida/>

A continuación, se muestran los impuestos a nivel estatal en Florida:

1. IMPUESTO SOBRE SOCIEDADES. TIPO IMPOSITIVO GENERAL

Ingresos ordinarios	5,5%
Ganancias de capital	5,5%
Alternative Minimum Tax	3%

Debe mencionarse que la tasa del impuesto sobre sociedades ha variado en los últimos dos años, de tal manera que:

- Antes del 01/01/2019: el impuesto sobre sociedades era de 5,5%
- Entre el 01/01/2019 y el 31/12/2021: el impuesto sobre sociedades fue de 4,458%
- Después del 01/01/2022: el impuesto de sociedades a vuelto al 5,5%

2. SALES TAX

Florida state sales tax rate range	6%
------------------------------------	----

Fuente: Elaboración propia. Fuente: Enterprise Florida

Florida tiene un Impuesto sobre Ventas del 6% aunque existen excepciones que son un 4% si se trata de máquinas recreativas, 5,5% sobre el arrendamiento o licencia de bienes inmuebles comerciales y un 6.95% si es sobre electricidad. No obstante, hay varios condados de Florida que tienen un *Discretionary Sales Surtax* (Sobreimpuesto de Ventas Discrecional) en transacciones sujetas al impuesto estatal.

Todas las personas que tengan la intención de comerciar deberán inscribirse en el *Florida Department of Revenue*, con la solicitud DR-1 obteniendo el certificado DR-11. Florida también grava la venta de artículos que sean documentos oficiales, combustibles y gas, tabaco, alcohol, minerales, entre otros.

En cuanto al sistema impositivo, Estados Unidos cuenta con impuestos federales, estatales y municipales con el fin de gravar la renta de personas físicas y jurídicas. Como ya se ha mencionado anteriormente, el International Revenue Service (IRS) al ser la agencia del Tesoro se encarga de la administración fiscal, mientras que a nivel estatal y local existen agencias específicas. Existe un Convenio entre Estados Unidos y España para evitar la doble imposición y prevenir la evasión fiscal del impuesto sobre la renta, en vigor desde 1990. En julio de 2014 fue publicado en el BOCG un Protocolo que modifica dicho Convenio. El 23 de octubre de 2019 se publicó el Protocolo y su Memorando de Entendimiento, que modifican el Convenio entre el Reino de España y los Estados Unidos de América para evitar la doble imposición y prevenir la evasión fiscal respecto de los impuestos sobre la renta, y su Protocolo. En el 2019, se

modificó en el BOE. En el caso de los dividendos, desaparecía la imposición en el país de origen de los dividendos siempre que el beneficiario sea de una sociedad residente en otro estado contratante y teniendo al menos un 80% de capital con derecho a voto. Los intereses sólo podrán tributar en el estado de residencia (ya no hay tributación en origen). En el caso de los cánones, se elimina el gravamen sometiéndose solo en el estado de residencia.

Florida – Incentivos

Florida cuenta con diferentes incentivos. Algunos de ellos son:

- Sin impuesto sobre la renta de sociedades en Sociedades Limitadas.
- No hay impuesto sobre la renta de las sociedades en las sociedades.
- Sin impuesto estatal sobre la renta personal.
- Sin impuesto sobre franquicias corporativas sobre el capital social.
- No se aplica ningún impuesto a la propiedad a nivel estatal.
- Sin impuestos a la propiedad sobre los inventarios comerciales.
- Sin impuestos sobre las ventas de maquinaria y equipo de fabricación.
- Sin impuestos a la propiedad de bienes en tránsito por hasta 180 días.

También cuenta con diferentes incentivos ofreciendo ventajas para la rentabilidad a largo plazo para todo tipo de negocios. El **Capital Investment Tax Credit (CITC)** se utiliza para atraer y hacer crecer diferentes industrias en Florida. El **HIPI** es una subvención negociada que se utiliza para atraer y hacer crecer importantes instalaciones de alto impacto en Florida. Las subvenciones se otorgan a los solicitantes pre aprobados por el Departamento de Oportunidades Económicas (DEO). Para participar en el programa, el proyecto debe: operar dentro de las porciones designadas de alto impacto de los siguientes sectores: energía limpia, ciencias de la vida, servicios financieros, sede corporativa, fabricación de equipos de transporte, tecnología de la información, fabricación avanzada y semiconductores; crear al menos 50 nuevos puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo (si es una instalación de I+D, crear al menos 25 nuevos puestos de trabajo equivalentes a tiempo completo) en Florida en un período de tres años; y hacer una inversión acumulada en el estado de al menos \$50 millones (si es una instalación de investigación y desarrollo, hacer una inversión acumulada de al menos \$25 millones) en un período de tres años.

El estado también cuenta con un **Quick Response Training (QRT)**, que ofrece a diferentes negocios un programa para ayudarles con su expansión. Generalmente está dirigido por directivos de empresas. Se realizan en colegios o universidades públicas y a la vez ofrecen asesoramiento fiscal en el caso de necesitarlo. Parecido a este programa, está el **Incumbent Worker Training Program (IWT)** para trabajadores de empresas que lleven al menos un año en Florida, con el fin de seguir fortaleciendo la economía. Para más información: <https://careersourceflorida.com/>



Incentivos especiales:

- Los **Rural Incentives**, con el que Florida fomenta el crecimiento del estado y ofrece ayuda adicional a los condados más rurales. A través del *Rural Community Development Revolving Loan* y el *Rural Infrastructure Fund*, se ofrecen ayudas para cubrir las necesidades de las empresas en áreas más rurales.
- Los **Urban Incentives**.
- Los **Brownfield Incentives**, para las empresas que se establezcan en un terreno industrial contaminado bajo un *Site Rehabilitation Agreement (BSRA)*. Existe un *Brownfield Redevelopment Bonus Refund* en el caso que se fomente la reurbanización y la creación de empleo (se puede llegar a conseguir un reembolso de hasta \$2.500 USD por cada empleo creado).
- **Florida Flex Program**: Florida Flex es un programa de subvenciones financiado por el estado que ayuda a las empresas calificadas a capacitar a sus nuevos empleados netos de tiempo completo. Este programa proporciona subvenciones para el desarrollo y la capacitación de planes de estudios personalizados y basados en habilidades, a través de un reembolso parcial, a empresas nuevas o en expansión en las industrias específicas de Florida. Estas industrias son industrias de alta calificación, tienen un bien o servicio exportable y tienen salarios que superan en un 125 por ciento los salarios estatales o locales. La financiación se proporciona en forma de una subvención reembolsable basada en el desempeño, por un período máximo de 12 meses. Una empresa paga los costos directos relacionados con la capacitación previamente aprobados y CareerSource Florida le reembolsa, a través del agente fiscal, al presentar la documentación requerida.

5. FUENTES

- Banco Mundial: www.doingbusiness.org
- Invest in America: www.investamerica.gov
- U. S. Small Business Administration: www.sba.gov
- The White House: www.whitehouse.gov
- US House of Representatives: www.house.gov
- US Trade Representative: www.ustr.gov
- Reserva Federal: www.federalreserve.gov
- Bureau of Economic Analysis: www.bea.gov
- US Treasury: www.treas.gov
- Ministerio de Economía y Competitividad: www.mineco.gob.es
- Oficinas Económicas y Comerciales de España en Estados Unidos: www.oficinascomerciales.es



- U.S. Commercial Service. Department of Commerce: www.commerce.gov
- Economics & Statistics Administration - US Department of Commerce: <http://www.esa.doc.gov/>
- SELECTUSA: www.selectusa.commerce.gov/
- Información sectorial: www.selectusa.commerce.gov/industry-snapshots
- International Trade Administration (ITA): www.trade.gov
- American National Standards Institute: www.ansi.org/
- Center for Food Safety and Applied Nutrition - Federal Drug Administration (FDA): www.fda.gov
- International Investment and Trade in Services Survey Act
- Zonas francas: www.enforcement.trade.gov/ftzpage/letters/ftzlist-map.html
- AEAT – Convenio Doble Imposición: www.agenciatributaria.es/
- Internal Revenue Service: www.irs.gov
- Tratamiento fiscal de extranjeros residentes: www.irs.gov/publications/p519/index.html
- Enterprise Florida: www.enterpriseflorida.com
- World Bank: www.worldbank.org/en/home
- Heritage Foundation: <https://www.heritage.org/>



FICHA PAÍS: EEUU

15 de junio del 2022