



INSTITUTO GALEGO
DE PROMOCIÓN
ECONÓMICA

INFORME SECTORIAL

ESTADOS UNIDOS

Antena Igape Miami - Xuño 2022



INDICE

1. DATOS XERAIS	3
Características xerais e principais indicadores sociais.	3
2. CARACTERIZACIÓN DO MERCADO	4
2.2 Contorna de negocios	6
2.3 Situación política	10
2.4 Situación económica	10
3. NEGOCIO PARA AS EMPRESAS ESPAÑOLAS	12
3.1 Relacións bilaterais con España	12
3.2 Oportunidades de negocio para empresas galegas	14
3.2.1 Florida	16
SECTOR DA AERONÁUTICA	16
SECTOR DA AUTOMOCIÓN	19
SECTOR DE LA BIOTECNOLOXÍA	21
SECTOR TEXTIL	23
SECTOR NAVAL	26
SECTOR ENERXÉTICO	28
SECTOR LOXÍSTICO	30
SECTOR CONSTRUCCIÓN	32
SECTOR AGROALIMENTARIO	34
4. CONTORNA OPERATIVA	39
4.1 Réxime de Comercio e Investimentos	39
4.1.1 Réxime comercial	39
4.1.2 Réxime aplicable ao investimento estranxeiro	45
4.2 Sistema Fiscal	47
5. FONTES	54

1. DATOS XERAIS
Características xerais e principais indicadores sociais.

Nome oficial	Estados Unidos de América
Poboación	poboación 332,725,203 habitantes (1 de xuño de 2022) (United States Census Bureau))
Superficie	9.833.517 km2
Capital EEUU Capital Estado de Florida	Washington D.C. Tallahassee
Relixións	46,5% protestantes, 20,8% católicos, 1,9% xudeus, 1,6% mormones y 5,8% outras. 22,8% sen afiliación relixiosa
Linguas Oficiais	Inglés en 32 dos 50 estados, español nalgúns estados, hawaiano (en Hawai) e 20 linguas indíxenas oficiais en Alaska. O Español é falado por un 13,4%
División administrativa	50 estados, un distrito federal e o Estado Libre Asociado de Porto Rico. Os 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, aos que hai que engadir o Distrito de Columbia
<p>Índice 15 de desenvolvemento humano: É un indicador nado da man do Programa de Nacións Unidas para o Desenvolvemento (PNUD) que mide o nivel de desenvolvemento de cada país atendendo a variables como a esperanza de vida, a educación ou o ingreso per cápita. (Clasificación mundial sobre 189 países, 2019). Para o ano 2020 o HDR, índice de Desenvolvemento Humano polas súas siglas en inglés, foi dun 0,926 ocupando a 17º posición.</p>	
Límites	Entre os océanos Pacífico e Atlántico, limitando con Canadá ao norte e con México ao sur. O estado de Alaska está no noroeste do continente, limitando con Canadá ao leste e separado de Rusia ao oeste polo Estreito de Bering. O estado de Hawai é un arquipélago polinesio no medio do Océano Pacífico e é o único estado estadounidense que non se atopa en América. O país tamén posúe varios territorios no Mar Caribe e no Océano Pacífico.
Evolución dos tipos de cambio. Medias do 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 DO MERCADO

2.1 Presentación do mercado

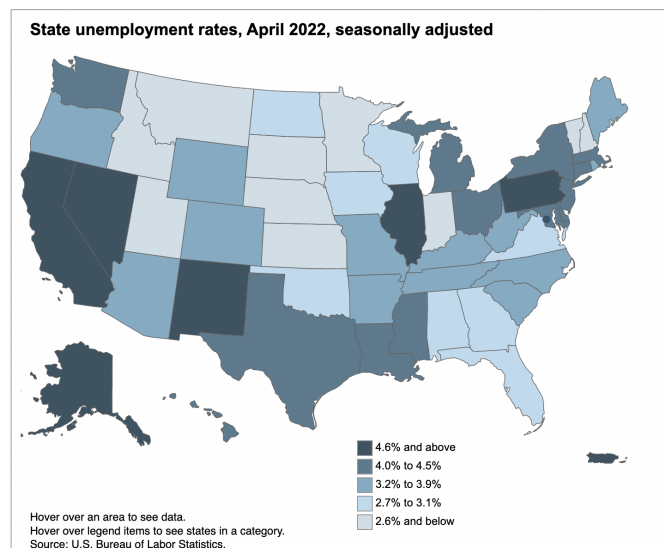
Estados Unidos conta cunha poboación de 332 millóns de habitantes, cunha renda per cápita de \$64.994 USD no 2020. Trátase dun mercado maduro e competitivo que presenta unha ampla oferta de produtos, á vez que unha tradición moi consumista; o cidadán norteamericano, é o que máis consome do mundo, neste sentido a taxa de aforro dos fogares en Estados Unidos reduciuse chegando ao 4,4% en abril deste ano, fronte ao 6,2% de marzo do mesmo ano. O gráfico seguinte mostra as taxas de aforro dos fogares nos Estados Unidos mensuais desde mediados de 2021.

Taxas de aforro dos fogares en EE.UU.



Fonte: U.S. Bureau of Economic Analysis

Taxa de Desemprego Estatal - Abril 2022



Fonte: United States Census Bureau

Trátase dun importante mercado con case 331 millóns de consumidores. Os núcleos urbanos sitúan a porcentaxe de poboación urbana por encima do 80% do total, e segundo proxeccións prevese que para o 2050 esta porcentaxe sexa do 89,16%. Os Estados máis poboados son: California (39,237,836), Texas (29,527,941), Florida (21,781,128) e Nova 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

Fonte: United States Census Bureau

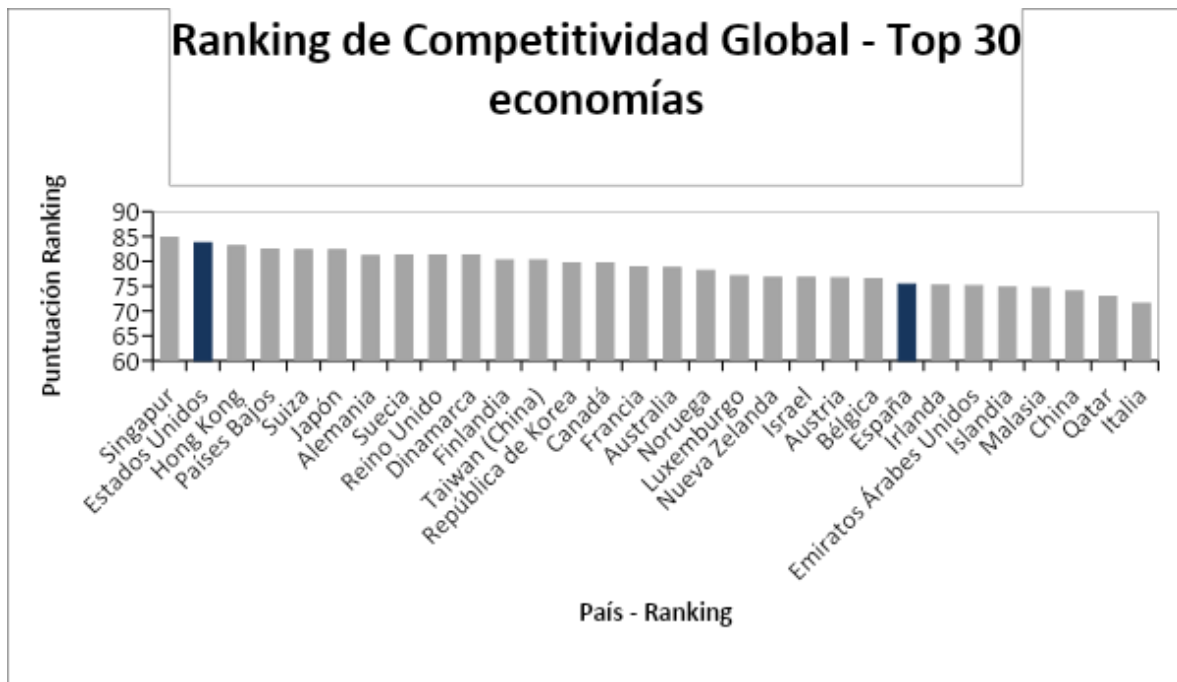
En Washington D. C. localízase a capital político-administrativa, mentres que a “capital financeira” sitúase en Nueva York. Resulta importante destacar o Condado de Miami, cunha poboación de 2.758.636 millóns de persoas, definíndose como un dos centros financeiros, comerciais, culturais, turísticos, artísticos e de relacións internacionais máis importantes de Estados Unidos cara a Latinoamérica. A súa área metropolitana é a economía máis grande de Florida e conta cun Produto Interior Bruto de \$344.9 billóns (ao 9 de decembro de 2020). Así mesmo, segundo o estudo de GAWC, Miami foi clasificada como unha cidade global Beta + level, é dicir, é unha cidade de tamaño medio que vincula as rexións económicas á rede global.

O Condado de Miami-Dade clasifícase como un dos mellores do país para facer negocios, principalmente pola súa contorna fiscal favorable para as empresas, o impresionante crecemento laboral, os activos estruturais e a súa proximidade con Latinoamérica. Ademais, é unha das cidades mellor conectadas de Estados Unidos, xa que conta con infraestruturas como o Aeroporto Internacional de Miami e o Porto de Miami.

2.2 Contorna de negocios

O mercado estadounidense pode caracterizarse pola súa madurez e competitividade cunha gran variedade de produtos.

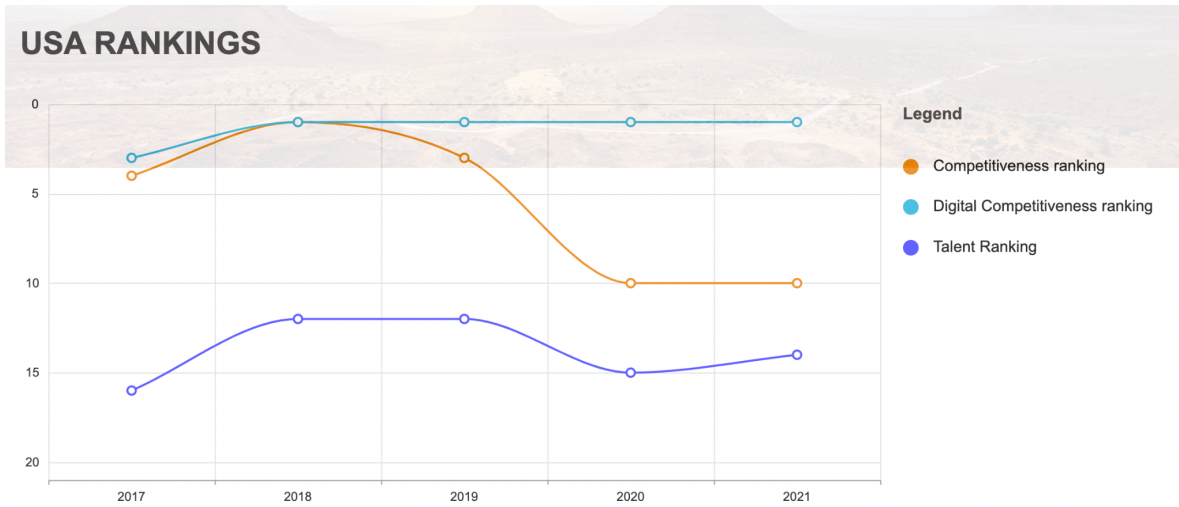
Segundo o Índice de competitividade Global do World Economic Forum 2019 (ano máis recente de publicación deste informe), Estados Unidos ocupa a segunda posición, dun total de 141 economías, en canto ao nivel de desenvolvemento do seu sistema financeiro (España sitúase no posto 23, subindo 11 puntos con respecto ao ano anterior); o que supón unha baixada dunha posición, ocupando Singapur a primeira posición. Na táboa adxunta, represéntanse as principais variables analizadas do sistema financeiro e a súa comparativa con España.



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

Ademais, segundo datos do IMD World Competitiveness Online, que inclúe 64 países, para o ano 2021, na clasificación de competitividade Estados Unidos situouse no posto número 10. Cabe destacar que analizando a clasificación de competitividade dixital ocupou, ese mesmo ano, o posto 1 e na clasificación de talentos o 14, tal e como pode observarse no gráfico seguinte.

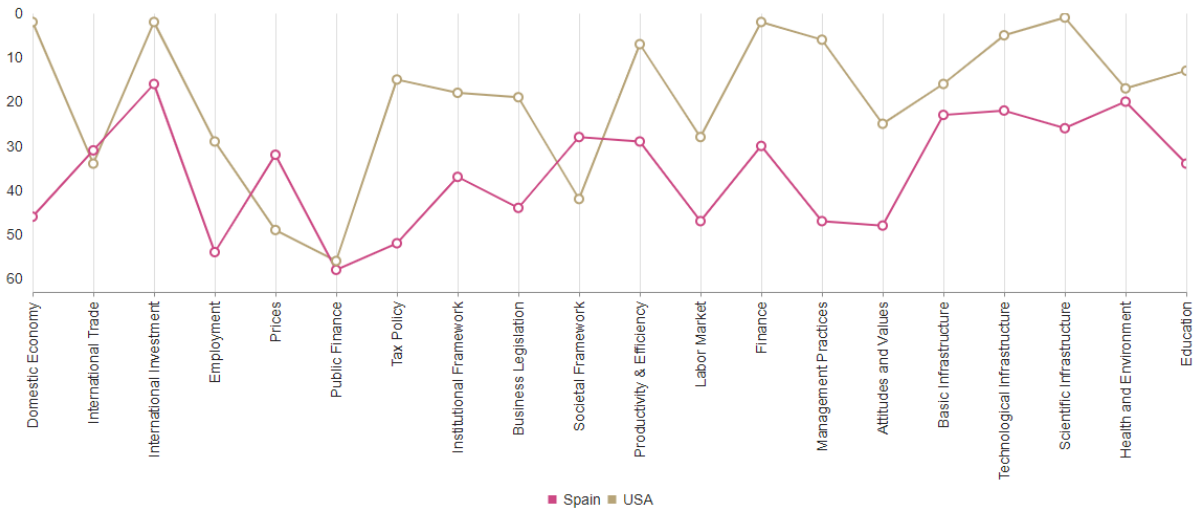
Ranking de Competitividade Estados Unidos



Fonte: IMD WORLD COMPETITIVENESS ONLINE

O seguinte gráfico extraído do IMD World Competitiveness Online, mostra unha comparativa das diferentes puntuacións que recibiron, tanto Estados Unidos como España, para os indicadores mostrados.

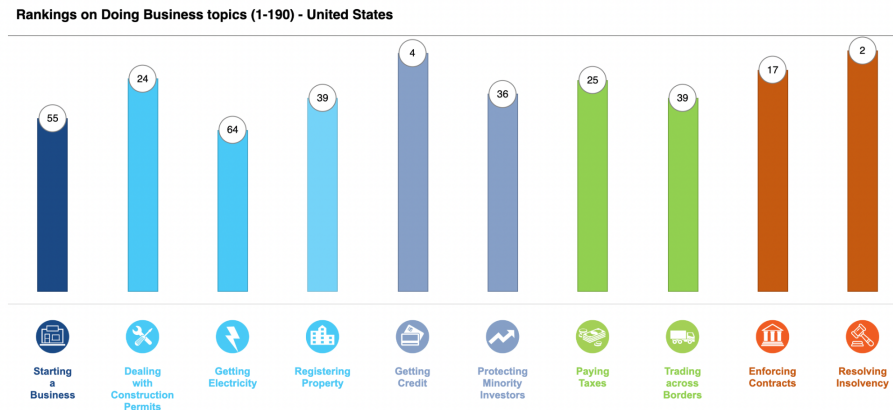
Ranking de Competitividade - comparativa Estados Unidos - España



Fonte: IMD WORLD COMPETITIVENESS ONLINE

EE.UU. sitúase, de acordo co informe Doing Business 2020 do Banco Mundial (último ano en que se realizou este informe), como o sexto país, entre 190 economías, no que resulta máis fácil facer negocios, como pode observarse nos gráficos seguintes. O acceso ao crédito e o marco para a resolución de situacións de insolvencia son os ámbitos nos que presenta un mellor posicionamento. En relación co informe de 2019, a variable subiu dous puntos.

Ranking on Doing Business Topics USA 2020



Fonte: Doing Business Report 2020

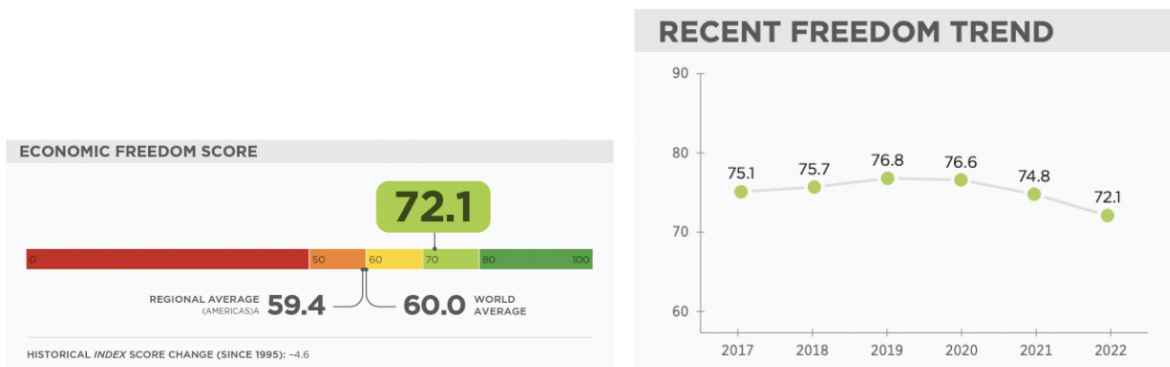
Evolución dos principais valores do Doing Business 2020-2019

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

Fonte: Doing Business Report 2020

Así mesmo, EE.UU. sitúase como a 25ª economía máis libre do mundo segundo o Índice 2022 de Liberdade Económica elaborado por Heritage Foundation, o que supón un retroceso con respecto ao informe de 2021. Esta baixada reflicte o impacto da pandemia mundial que deu lugar a un descenso no crecemento económico do país, o investimento e a confianza empresarial.

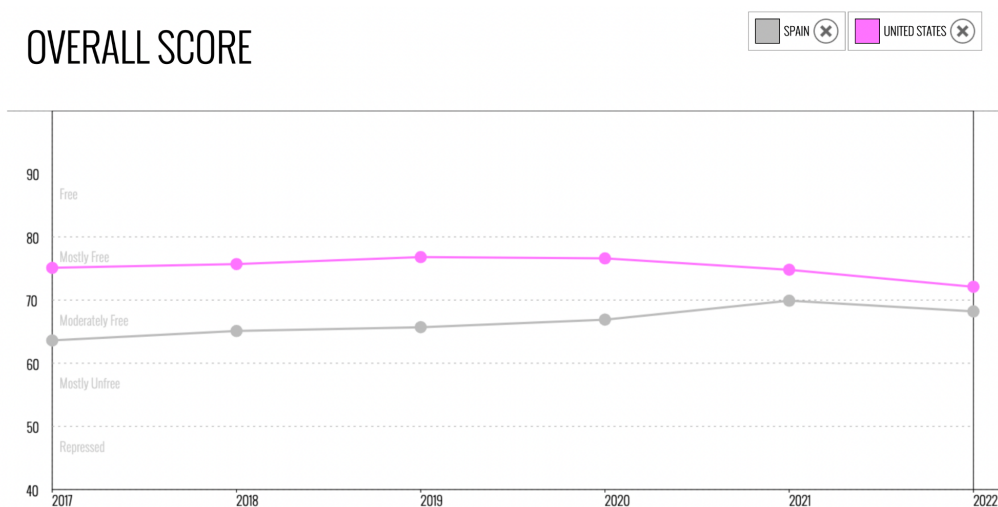
Índice de Liberdade Económica



Fonte: 2022 Index of Economic Freedom – The Heritage Foundation

O gráfico seguinte mostra a comparativa entre Estados Unidos e España en canto ao Índice de Liberdade Económica.

Evolución do Índice de Liberdade Económica - Estados Unidos vs España



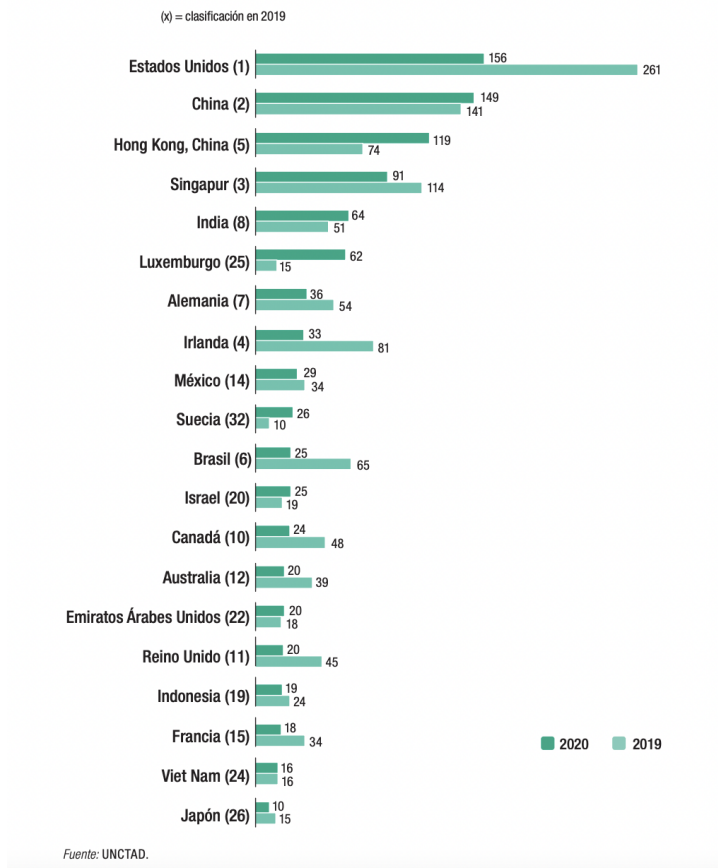
Fonte: 2022 Index of Economic Freedom – The Heritage Foundation

Segundo recóllese no Informe de Inversión Mundial 2021, os fluxos mundiais de investimento estranxeiro directo víronse fortemente afectados pola pandemia de COVID-19. Reducíndose nun terzo no ano 2020, ata o billón de dólares, e quedando moi por baixo do punto máis baixo alcanzado tras a crise financeira mundial de hai unha década. É por iso que a prioridade política de todos os países, é aumentar o investimento para fomentar unha recuperación sostible e inclusiva da pandemia.

O gráfico seguinte mostra o esborralle das entradas de investimento estranxeiro nas principais economías receptoras. Especialmente destacable o caso de Estados Unidos onde case se reduce á metade.

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)



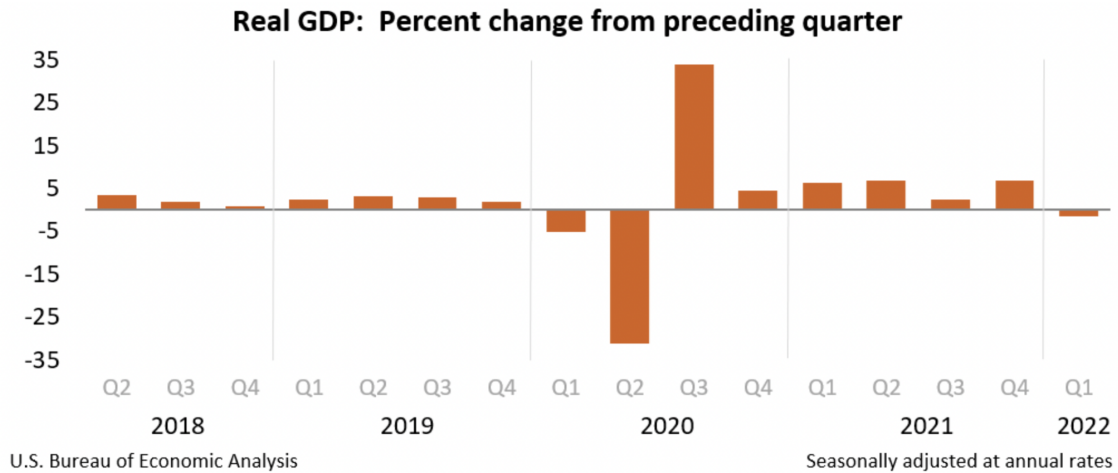
Fonte: UNCTAD

2.3 Situación política

En Estados Unidos está instaurada unha República Parlamentaria. A presidencia do país estaba, desde 2017, en mans de Donald Trump, do partido Republicano. O seu primeiro mandato concluíu a comezos de 2021, xa que Joe Biden é o presidente electo desde o 7 de novembro de 2020 e foi nomeado o 46 Presidente de Estados Unidos o 20 de xaneiro de 2021.

2.4 Situación económica

EE.UU. rexistrou un crecemento económico do 6,4% do PIB no terceiro trimestre de 2021. Con todo, o Produto Interior Bruto reduciuse a unha taxa anual do 1,4% no primeiro trimestre deste ano, segundo a estimación “avanzada” publicada polo Bureau of Economic Analysis, tal e como mostra o gráfico adxunto.



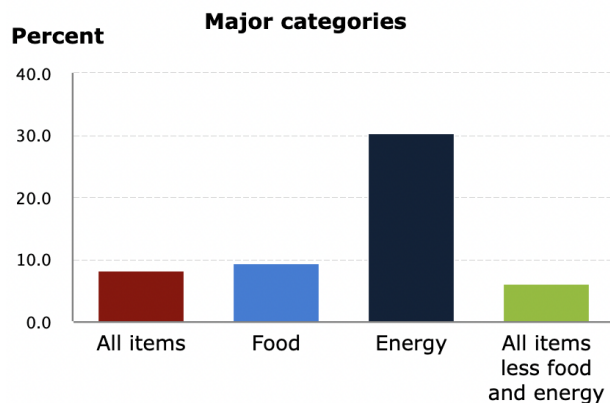
Fonte: U.S. Bureau of Economic Anlysis

Cabe destacar o impacto que tivo o COVID-19 na estimación de PIB do primeiro trimestre de 2022. Durante este período produciuse un aumento dos casos de COVID-19 relacionados coa variante Omicron, o que provocou continuas restricións e interrupcións nas operacións dos establecementos nalgunhas partes do país.

A diminución do PIB real reflectiu diminucións no investimento de inventario privado, as exportacións, o gasto do goberno federal e o gasto do goberno estatal e local, mentres que as importacións, que son unha resta no cálculo do PIB, aumentaron. Tamén se incrementaron os gastos de consumo persoal (PCE), o investimento fixo non residencial e o investimento fixo residencial.

No que respecta ao Índice de Prezos ao Consumidor, o IPC de todos os artigos incrementouse un 0,3% en abril de 2022, aumentando un 8,3% nos últimos 12 meses (sen desestacionalizar). Ademais, o índice de prezos de todos os artigos, excluídos alimentos e enerxía, aumentou un 0,6% en abril de 2022, un 6,2% durante todo o ano.

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



Fonte: U.S. Bureau of Labor Statistics

En concreto os prezos dos alimentos aumentaron un 10,8% con respecto ao ano pasado, supoñendo o maior incremento en 12 meses desde o ano 1980.

A posición de investimento internacional neto de EE.UU., é dicir, a diferenza entre os activos e pasivos financeiros estranxeiros dos residentes do país foi de $-\$18,10$ billóns de dólares ao final do cuarto trimestre de 2021, segundo as estatísticas publicadas pola Oficina de Análise Económica de EE.UU.

Os activos totalizaron $\$35.21$ billóns e os pasivos $\$53.31$ billóns. Ao final do segundo trimestre, a posición de investimento neto era de $-\$16.35$ billóns.

Os gastos de consumo persoal a nivel estatal diminuíron un 2,6% no 2020 despois de aumentar un 3,7% no 2019 segundo os datos publicados polo U.S. Bureau of Economic Analysis (BEA).

Debe destacarse que os gastos de alimentación e aloxamento, servizos de recreación e atención médica foron os principais contribuíntes á diminución a nivel nacional.

A nivel nacional, os gastos en vivenda e servizos públicos aumentaron un 3,8%.

Segundo estimacións estatais, o COVID-19 tivo efectos sobre os gastos de consumo persoal no ano 2020, devanditos gastos víronse afectados pola propagación do COVID-19, debido a que os gobernos levantaron ordes de “quedar na casa”. O que provocou cambios rápidos na demanda e consumidores, quen cancelou, restrinxiron ou reorientaron os seus gastos.

Por último, comentar que o déficit de conta corrente de EE.UU., que reflicte os saldos combinados do comercio de bens e servizos e os fluxos de ingresos entre residentes de EE.UU. e residentes doutros países, reduciuse un 0,9% no cuarto trimestre de 2021.

3. NEGOCIO PARA AS EMPRESAS ESPAÑOLAS

3.1 Relacións bilaterais con España

As relacións bilaterais entre España e EE.UU. son boas, tanto no ámbito político como no económico. Os fluxos comerciais e de investimento no ámbito económico e comercial presentan un elevado dinamismo, mesmo en tempos de crises. As visitas institucionais de alto nivel entre ambos países aumentaron de forma notable nos últimos anos.

O sector privado español está a participar na execución de proxectos de gran envergadura, no que destaca especialmente o sector de infraestruturas, onde nos últimos 5 anos as empresas españolas conseguiron contratos de obras e servizos en EE.UU. por un valor superior aos 34.000 M€.

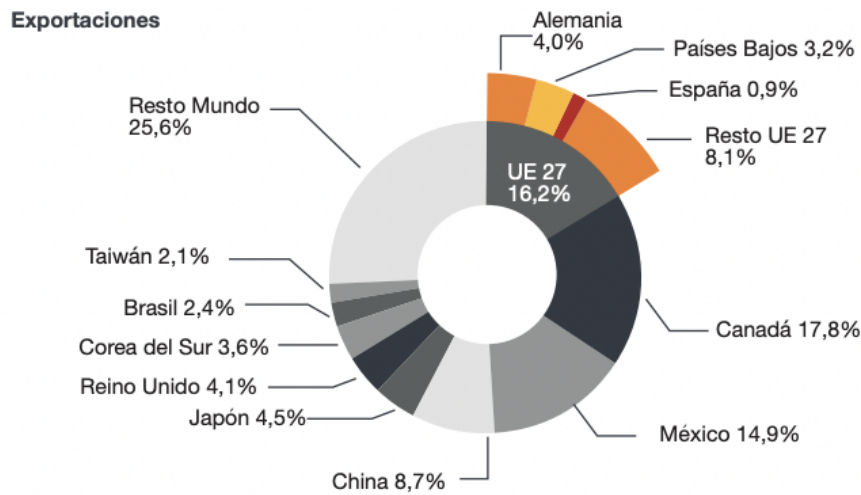
Na actualidade, hai presenza de 10 grupos empresariais españois de infraestruturas, membros de Seopan, a patronal de empresas do sector. Eses dez grupos son Abertis, Acciona, ACS, FCC, Ferrovial, Globalvía, OHLA, Roadis, Sacyr e San José. Participan en máis de 170 proxectos dun valor total superior aos 78.000 millóns de euros.

Destaca a empresa española OHLA, que reforzou a súa presenza en dous dos seus principais mercados, Estados Unidos e República Checa, onde conseguiu contratos cun valor conxunto próximo aos 400 millóns de euros. En Estados Unidos, a través da súa filial Judlau Contracting, incrementou a súa carteira cun novo proxecto en Nueva York, un dos seus principais xeradores de negocio no país.

A construtora española contabilizaba unha carteira de máis de 1.927 millóns de euros en Estados Unidos ao termo do primeiro semestre de 2021, o que representa o 38,1% do total do grupo. Unha porcentaxe que foi crecendo nos últimos anos.

O gráfico seguinte extraído do informe do ICEX (2021) mostra os principais países aos que exportou Estados Unidos. Obsérvase que unha porcentaxe importante diríxese á Unión Europea, sendo os principais destinos Alemaña e Países Baixos.

Exportacións EE.UU. 2020



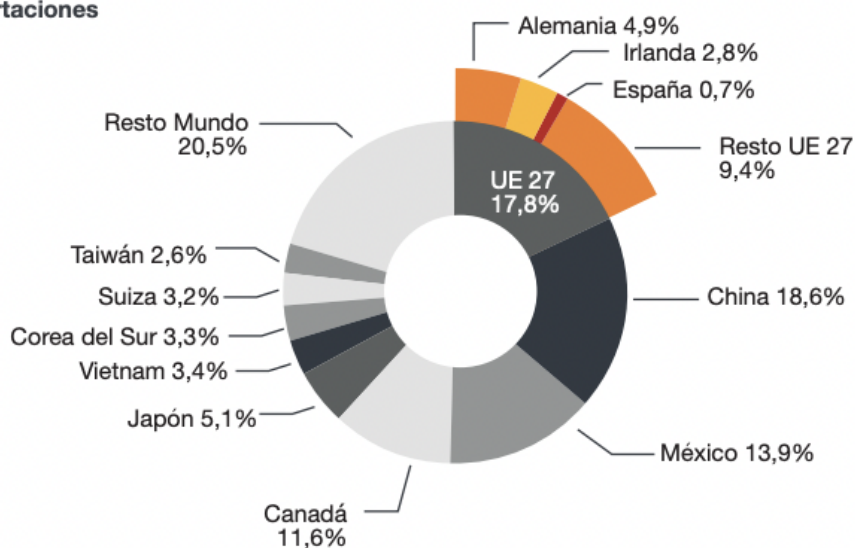
Fonte: ICEX, 2021 – Ficha País Estados Unidos

O total do comercio de exportacións e importacións de bens e servizos entre España e Estados Unidos ascendeu no 2021 a 43.797 millóns de euros, un 11% máis que no 2020, onde alcanzou os 36.461 millóns de euros. Esta cifra é xa similar á alcanzada no 2019, onde se alcanzaron intercambios por valor de 44.208 millóns de euros, a pesar de que aínda non se recuperaron os niveis de ingresos por turismo.

Segundo datos da ficha país de Estados Unidos, elaborada polo ICEX, as importacións provenientes de España representaron un 0,7% do total de importacións do país.

Importacións EE.UU. 2020

Importaciones



Fonte: ICEX, 2021 – Ficha País Estados Unidos

Estados Unidos é o segundo socio comercial de España, fóra da Unión Europea e tras o Reino Unido. No 2021 representou o sexto destino das exportacións españolas de bens (14.769 millóns de euros, un 21,1% máis que no 2020, e un 4,66% do total) e o quinto provedor de España (17.090 M€ un 21,62% máis respecto ao 2020 e un 4,99% das importacións totais).

Nos últimos anos tamén gañou importancia o comercio de servizos, a pesar de que dita tendencia viuse temporalmente truncada debido ao brusco descenso do turismo, ocasionado pola crise sanitaria. A pesar diso, tal e como recollen os datos do informe do ICEX, tanto 2021 como 2020, EE.UU. é o cuarto país por ingresos por exportacións españolas de servizos (7.454 M€ e 5.953 M€ respectivamente), así como o cuarto país por pagos por importacións españolas de servizos (4.464 M€ e 4.260 M€ respectivamente).

Estados Unidos é o primeiro investidor en España con 88.656 millóns de euros (18,41% do total) en termos acumulados. Así mesmo, Estados Unidos tamén é o primeiro destino do investimento español no exterior, representando un 18,86% do total. Destaca ademais que España aparece no décimo posto da clasificación mundial como país investidor de Estados Unidos.

3.2 Oportunidades de negocio para empresas galegas

O mercado estadounidense resulta especialmente atractivo para as empresas galegas por varias razóns: a gran dimensión do país, a elevada capacidade de compra do cidadán medio, a importante dotación de infraestruturas, así como a súa destacada orientación ao sector servizos.

Debido precisamente ao gran tamaño do mercado, é necesaria a segmentación xeográfica para a identificación de oportunidades concretas, neste caso, no estado da Florida. Nos Estados Unidos é posible atopar oportunidades tanto ligadas á iniciativa privada como á pública. Neste último caso, convén sinalar que a pesar da existencia do Buy America Act, que obriga ás Administracións do país a adquirir bens e servizos americanos (excepto nos casos de prezo doméstico excesivo ou que a adquisición sexa contraria ao interese público), o mercado de compras públicas non deixa de ser interesante para as empresas españolas. A continuación, anótase a ligazón aos sitios oficiais onde se publican licitacións e concursos públicos do país:

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

Así mesmo, segundo o informe sobre Estados Unidos realizado polo BBVA no ano 2019, cabe lembrar que Estados Unidos é signatario do Acordo de Compras Públicas da OMC, o que permite ás empresas doutros países signatarios (España incluído) participar en licitacións de entidades federais e sub-federais. Ademais, grazas ao Convenio sobre Cooperación Industrial para a Defensa suscrito entre España e Estados Unidos, as empresas españolas poderán ser adjudicatarias de contratos do Departamento de Defensa estadounidense. Na seguinte ligazón poderán atopar información máis detallada sobre este tema:

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

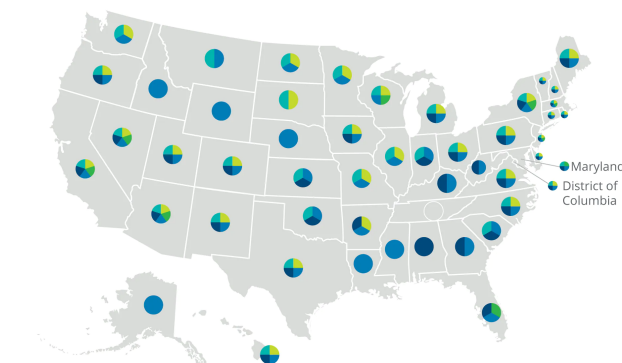
Por outra banda, desde que se implementou o plan de estímulo económico pola Administración Obama, que contempla accións de fomento da actividade en sectores como o da alta velocidade ferroviaria ou o de enerxías renovables, o sector empresarial español conta cun posicionamento competitivo nestes sectores.

O seguinte gráfico, representa os tipos de políticas establecidas en cada estado.

FIGURE 9

Many policies across US states are evolving to reflect new technologies and priorities

- Energy Efficiency Resource Standards (EERS), updated June 2019
- Energy storage financial incentives, updated September 2019
- Net metering policies, updated October 2019
- Third-Party Solar Power Purchase Agreement (PPA) policies, updated June 2019
- Renewable Portfolio Standards (RPS) and Clean Energy Standards, updated June 2019



Note: Pie charts represent the types of policies in place, not the number of policies of each type.
Sources: Dsire Database, operated by the North Carolina Clean Energy Technology Center at North Carolina State University; Deloitte analysis.

Deloitte Insights | deloitte.com/insights

Fonte: Dsire Database. Deloitte Analysis

Así mesmo, o actual presidente, Joe Biden, elaborou un plan para unha revolución de enerxía limpa e xustiza ambiental, co obxectivo de enfrontar a grave ameaza da emerxencia climática, para iso pretende que Estados Unidos logre unha economía de enerxía limpa ao 100% e emisións netas cero como moi tarde no 2050. Entre as medidas incluídas dentro do seu plan atópanse:

- Asegurarse que EE.UU. logre unha economía de enerxía limpa ao 100% e alcance emisións netas cero como moi tarde en 2050.
- Construír unha nación máis forte e con máis resiliencia: realizando investimentos intelixentes en infraestrutura para reconstruír a nación e garantir que os edificios, auga, transporte e infraestrutura enerxética poidan soportar os impactos do cambio climático.
- Unir ao resto do mundo para enfrontar a ameaza do cambio climático.

Para realizar este ambicioso plan Biden realizará un investimento histórico de \$1.7 billóns de dólares durante os próximos dez anos.

3.2.1 Florida

Florida debido á súa localización xeográfica, vantaxes fiscais, e ao ser unha ponte entre o mercado latinoamericano e americano, sitúase como un bo destino para que as empresas galegas atopen oportunidades de negocio.

Concretamente, a estrutura fiscal empresarial favorable de Florida que será tratada nos seguintes apartados do informe, as políticas gobernamentais, os custos competitivos e a contorna regulatoria simplificada facilitan a planificación do crecemento futuro das empresas neste Estado.

Os sectores comerciais máis atractivos para as firmas galegas en Estados Unidos, e de maneira máis concreta en Florida, que ademáis contan con importantes oportunidades de negocio para as empresas galegas son:

- Aeronáutica
- Automoción
- Biotecnoloxía
- Textil
- Sector naval
- Enerxético
- Loxística y distribución
- Construción
- Agroalimentario

SECTOR DA AERONÁUTICA

No ano 2020, a vida tanto nos Estados Unidos como no resto do mundo, cambiou drasticamente, o que obrigou a cambios nunca imaxinados na industria aeroespacial e de defensa (A&D). O impacto do COVID sobre o sector foi inmediato e profundo, a aviación comercial detívose case por completo. O sector da defensa tamén enfrontou desafíos, xa que as restricións gobernamentais complicaron as operacións. Como consecuencia disto, a cadea de subministración compartida de A&D, que comprende miles de pequenas e medianas empresas en todo o país, enfrontou enormes desafíos

financeiros e loxísticos para apoiar os contratos existentes do sector de defensa e substituír as vendas perdidas do sector civil.

A aviación civil, segunda maior industria de produto final en Estados Unidos, sufriu descenso récord en clientes e ingresos, cos consecuentes recortes drásticos nos gastos de aeronaves novas, pezas de reposto e outros produtos relacionados. Como resultado directo, os fabricantes de aviación de Estados Unidos víronse obrigados a reducir a súa forza de traballo.

En setembro de 2020 a AIA¹ publicou un informe preliminar do impacto da pandemia nas viaxes aéreas e civís do sector da aviación, identificando unha perda potencial de máis de 220.000 postos de traballo en toda a industria sen a participación do goberno. Con todo, grazas á acción governamental e un crecente rebote no transporte aéreo, a industria salvouse da magnitude total desa perda prevista.

A pesar de que sufriu significativamente pola pandemia, a industria continúa realizando grandes contribucións á economía estadounidense. Así en 2020, a actividade de vendas da industria de A&D representou o 1,8% do PIB total de EE.UU., aproximadamente \$382 mil millóns.

En canto ás perspectivas da industria aeroespacial e de defensa, segundo un informe elaborado por Deloitte, para o ano 2022, cabe destacar que a medida que a industria se recupera, espérase que as empresas de centren na innovación para desenvolver novas tecnoloxías e solucións, crear novos mercados e ampliar as oportunidades de crecemento.

A industria aeroespacial na Florida, EE.UU.

Dentro de Estados Unidos tamén cabe destacar o papel que desempeña o estado de Florida na devandita industria, xa que Florida foi durante moito tempo a principal porta de entrada ao espazo aéreo a nivel mundial e o centro de tráfico aéreo das Américas. Tamén é un importante centro para adestramento de voo e MRO, así como a sede dos principais fabricantes de todo tipo de aeronaves e os seus compoñentes. Como resultado, Florida ten unha rica cadea de subministración e unha forza laboral altamente cualificada para apoiar a enxeñería, a robótica, a vixilancia, a tecnoloxía e máis. Boeing, Embraer, Lockheed Martin, SpaceX, Blue Origin, ULA e OneWeb Satellites son algunhas das empresas que empuxan a aviación e o sector aeroespacial en Florida.

Florida conta con dous portos espaciais, factura \$7.200 millóns anualmente en exportacións relacionadas coa aeronáutica e o espazo aéreo, situándose como o 3º estado no país con maiores exportacións neste sector. Así mesmo, conta con máis de 630 empresas dedicadas a este sector e ao redor de 1.700 centros aeronáuticos. Mencionar ademais, que máis de 106.000 habitantes de Florida traballan nas industrias aeroespacial e de aviación cun gran número de científicos, maquinistas, pilotos, enxeñeiros, etc. Trátase dunha das principais localizacións aeroespaciais e espaciais.

Florida é o lugar de nacemento da aviación comercial e o centro de transporte aéreo do hemisferio occidental, albergando máis de 100 aeroportos de uso público. Hogar do renomeado Kennedy Space Center, o Porto Espacial Cecil e a Estación da Forza Aérea de Cape Canaveral, a industria aeronáutica

¹ Aerospace Industries Association

e aeroespacial de Florida é a porta de entrada do mundo ao espazo. Foi o lugar de nacemento da aviación comercial, alberga 130 aeroportos de uso público e 20 aeroportos comerciais para mover bens e persoas sen problemas en todo o mundo.

A todo iso debe sumarse o bo clima de negocio existente, clasificado constantemente como un dos mellores estados para realizar negocios. Ao ter un dos sistemas de transporte máis extensos do mundo, fai que o seu mercado sexa de fácil acceso permitindo chegar a clientes e provedores en calquera lugar (tanto no mercado de Florida, EE.UU., Latinoamérica ou o mundo) de maneira rápida, permitindo un acceso global; sen esquecermos da súa forza laboral que conta con profesionais altamente cualificados. Así mesmo, Florida comprométese a manter os requisitos regulamentarios de negocios, unido a unha forte economía e cero imposto sobre a renda persoal.

Oportunidades de negocio no sector aeroespacial

Tras a análise da situación do sector, cabe mencionar que previo á crise e segundo o informe do ICEX sobre o mercado aeroespacial para 2019, as principais oportunidades para empresas españolas concentrábanse no segmento civil, polo crecemento constante da demanda de voos comerciais. O nicho dos drones, cuxo valor está máis nos sistemas que levan e non na estrutura, tamén estaba a crecer e prevese que o seu uso esténdase do campo militar ao comercial.

En canto ás perspectivas e oportunidades do sector aeroespacial comercial para recuperarse do Covid-19, mencionar que o estado actual da industria aeroespacial podería representar unha oportunidade para que os OEM (Original Equipment Manufacturer) e provedores comerciais realicen os cambios necesarios. Neste sentido, os OEM e os grandes provedores deberían realizar os investimentos necesarios en cinco áreas clave: utilizar a tecnoloxía como acelerador, estabilizar a cadea de subministración, racionalizar a forza laboral, centrarse na sustentabilidade e facer un ton para o apoio do goberno.

Dentro das áreas anteriormente mencionadas cabe destacar:

- **Uso de la tecnología como acelerador**

Xeralmente, a industria aeroespacial comercial vai á zaga doutras industrias en canto á aplicación do dixital para crear valor. Así mentres algunhas aplicacións, como a impresión 3D, utilízanse amplamente na industria, a transformación dixital a gran escala é relativamente rara. En concordancia con isto, deberíase investir na dixitalización de toda a organización. A necesidade máis relevante é mellorar a forma en que as empresas deseñan e desenvolven novos avións. As ferramentas dixitais como a análise de datos e a intelixencia artificial poden acelerar drasticamente o proceso de desenvolvemento, o que fai que as organizacións sexan máis áxiles e receptivas á hora de afrontar cambios drásticos nos volumes de pedidos

Ademais, os investimentos dixitais permitirán aos responsables da toma de decisións capturar datos e obter coñecementos deles, o que levará a mellores decisións.

- **A sustentabilidade**

Previo á actual crise, xa había unha crecente presión sobre a industria da aviación para que se volvease máis sustentable, especialmente en canto a redución de emisións de CO₂. Neste sentido, os OEM e os fabricantes de motores xa lanzaran programas para desenvolver avións e motores de menor consumo, experimentar con novos combustibles e entrar no voo eléctrico. Esta tendencia cara a unha maior sustentabilidade intensificárase despois da crise.

Por outra banda, segundo un informe elaborado por Boeing, “Boeing Market Outlook (BMO) 2021”, o fabricante estadounidense prevé oportunidades de negocios de US\$9 billóns ata 2030.

No seu informe de 2021, a compañía reflectía que os avións comerciais e os servizos relacionados mostraban signos de recuperación, mentres que os mercados mundiais de defensa, espazo e servizos gubernamentais mantíñanse estables. A pesar diso, a empresa contempla un crecemento a longo prazo do sector aeroespacial a medida que o sector se recupera e séguese adaptando ás novas necesidades globais.

Estímase que os voos de longa distancia volvan a niveis pre pandemia para o ano 2023 ou 2024.

Dentro do mesmo informe, Boeing prevé unha demanda de 19.000 avións comerciais, valorados en US\$3,2 billóns para os próximos 10 anos. Cunha previsión de 43.500 avións novos a 20 anos vista (ata 2040).

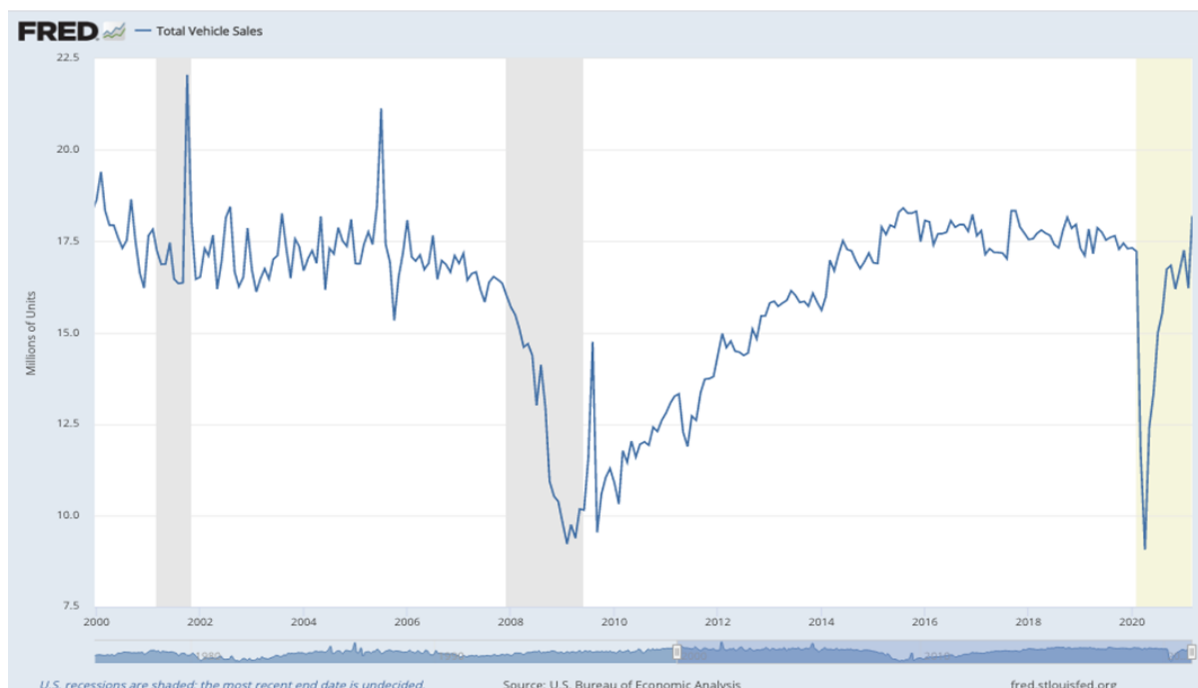
Unha área significativa de crecemento foi a demanda prevista da frota de cargueiros, incluídos modelos novos e adaptados. Así mesmo, a demanda sostida do transporte aéreo de mercadorías está ligada á expansión do comercio electrónico e á velocidade e fiabilidade do transporte aéreo.

SECTOR DA AUTOMOCIÓN

A industria da automoción en EE.UU.

Pola súa banda, Estados Unidos é un dos mercados automotrices máis prometedores e de máis rápido crecemento do mundo. En 2018, as vendas de vehículos lixeiros alcanzaron os 17,2 millóns de unidades, sendo o cuarto ano consecutivo con máis de 17 millóns de unidades (na táboa a continuación pódese ver a evolución). Ademais, trátase do segundo mercado máis grande do mundo en canto a venda e produción de vehículos. Dita industria atópase apoiada por múltiples factores como a dispoñibilidade de man de obra cualificada, os esforzos en I+D (á vangarda da innovación), a vantaxe xeográfica, o apoio do goberno, entre outros.

Vendas de Vehículos



Fonte: 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.

A tendencia actual diríxese cara á modernización dos automóviles híbridos e fundamentalmente eléctricos.

Estados Unidos conta coa compañía General Motors sendo esta una das máis importantes a nivel mundial. Durante moito tempo, foi o maior fabricante de automóviles do mundo. Con todo, e aínda que segue sendo un dos maiores fabricantes e comercializadores de vehículos do mundo, con operacións en todos os continentes, perdeu a súa posición como fabricante máis vendido do planeta en 2009. Actualmente a empresa aposta por un futuro totalmente eléctrico.

Con todo, a chegada do Covid 19 trouxo unha serie de dificultades para o sector. Así, coa chegada da pandemia os fabricantes de automóviles reduciron a produción e os pedidos de pezas. Posteriormente en canto produciuse o repunte de vendas enfrontáronse á escaseza de semicondutores provocando importantes recortes na produción.

O sector do automóbil perdeu uns 210.000 millóns de dólares de ingresos no ano 2021, segundo datos recolleitos pola consultora AlixPartners. Ademais a industria enfróntase a outras carencias que afectan a produtos como os pneumáticos, plásticos do interior e a espuma dos asentos.

Outro punto para destacar é que os fabricantes de todo o mundo produciron uns 8 millóns de vehículos menos do previsto en 2021, debido á escaseza de produtos. Segundo estimacións de J.D. Power, mesmo se se recupera a produción, os concesionarios non poderán repoñer inventarios ata bastante avanzado o 2022. Isto provoca un aumento dos prezos a un ritmo récord.

Oportunidades de negocio no sector da automoción

Como se mencionou anteriormente e a pesar da actual recesión polo COVID-19, o sector da automoción é un dos principais do tecido empresarial de Galicia. Dentro deste sector preséntanse interesantes oportunidades comerciais para compoñentes e accesorios de automóviles. É a partida máis demandada en EE.UU., rexistrando no 2018 un aumento do 27%. De cara ao futuro debería aproveitarse o potencial destes produtos enfocados cara aos coches híbridos e/ou eléctricos.

Ademais, cabe mencionar as seguintes tendencias:

- Os xa mencionados, coches híbridos ou eléctricos: que responden a unha presión social, cada vez maior, en busca dunha economía sustentable. Hoxe en día, isto é especialmente interesante co novo enfoque da política de Joe Biden na loita contra o cambio climático. A pesar de que actualmente representan unha fracción modesta das vendas de vehículos novos en Estados Unidos, a demanda destes vehículos duplicouse durante a primeira metade de 2021.
- Cambios nos hábitos de comportamento observados durante os últimos anos, cun maior interese por gañar simplicidade e comodidade, por exemplo coa condución automatizada.
- A importancia dos habitáculos sempre conectados: o desenvolvemento de vehículos conectados que satisfagan as demandas da revolución dixital, buscando a comunicación plena co exterior.
- Coa entrada de Estados Unidos na crise, a industria descubriu unha idea nova, xa que os clientes non podían acudir aos concesionarios, estes acudían a eles a través de Internet. O que ocasionou unha normalización da compra de coches online, mesmo despois de que o país volvese abrirse, cada vez máis clientes compran os seus coches por Internet.

SECTOR DE LA BIOTECNOLOGÍA

A industria biotecnolóxica nos EE.UU.

Desde a orixe da industria da biotecnoloxía ata a actualidade, EE.UU. mantivo o seu liderado no crecemento do sector. Así, segundo datos do ICEX, no ano 2018 EE.UU. era o maior mercado biofarmacéutico do mundo e onde se orixinaron gran parte dos fitos biotecnolóxicos internacionais dos últimos 30 anos. Ademais, xera o 70% da investigación e desenvolvemento que se realiza a nivel mundial, así como o 86% do seu financiamento. O tamaño nos Estados Unidos, medido polos ingresos, da industria da biotecnoloxía é de 140.800 millóns de USD no 2022, segundo datos do IBIS World. Ademais espérase que devandito mercado aumente nun 2,3% durante este ano. En canto aos negocios de biotecnoloxía, estes incrementáronse un 3% durante este ano con respecto ao ano anterior.

En Florida hai máis de 1.440 empresas que operan dentro da escena de desenvolvemento biotecnolóxico, farmacéutico e médico; e é o berce de institutos recoñecidos de maneira mundial, especializados en terapéutica, diagnóstico, biotecnoloxía industrial/agrícola e outras áreas. Ademais, Florida ocupa o segundo lugar entre os estados en canto á maior industria farmacéutica e fabricación de medicinas, tamén o segundo lugar para a industria manufactureira de dispositivos médicos e o cuarto en instalacións de I+D biotecnolóxico. A maioría das empresas deste campo sitúanse na área de Jacksonville e no Sur de Florida. As máis de 220 empresas farmacéuticas e de produción de medicamentos de Florida especialízanse no desenvolvemento e produción de tratamentos novos, xenéricos, nutracéuticos e medicamentos de venda sen receita.

En canto ás características do sector, as empresas de biotecnoloxía no país norteamericano son na súa maioría de propiedade estadounidense. O número de empresas estranxeiras é moi reducido, a pesar diso, a maioría das empresas estranxeiras do sector son de orixe europea. A maiores débese mencionar que Estados Unidos é un país importador neto de biotecnoloxía.

Este sector pódese dividir en catro segmentos: biotecnoloxía médica, agrícola, ambiental e industrial, sendo a primeira delas a que ten maior peso en EE.UU., representando o 71,4% dos ingresos do sector. Dentro do segmento de biotecnoloxía médica, a maioría é para saúde humana e céntrase fundamentalmente na procura de tratamentos contra o cancro, as enfermidades infecciosas, respiratorias, condicións autoinmunes, VIH-SIDA e outras enfermidades pouco frecuentes.

Oportunidades de negocio no sector biotecnolóxico

Á hora de analizar as oportunidades de negocio do sector biotecnolóxico galego no mercado estadounidense, debemos ter en conta que Estados Unidos ten un dos ambientes máis favorables para o desenvolvemento e comercialización de fármacos. Dentro das súas fortalezas poderíamos destacar: un sistema de propiedade intelectual que premia a innovación a través da protección de patentes e datos, un sistema regulador en grao sumo rigoroso a nivel mundial; e a base de investigación científica máis grande do mundo ademais de sólidos mercados de capitais.

En canto ás áreas de maior interese poderían destacarse:

- A **oncología** e tratamentos contra o cancro é unha área fundamental. Varios dos fármacos máis vendidos nos Estados Unidos teñen como obxectivo loitar contra esta enfermidade.
- As **epidemias** ou brotes de **enfermidades infecciosas**. A industria biofarmacéutica está comprometida co avance de novas vacúas e opcións terapéuticas para enfermidades infecciosas, dada a ameaza que supoñen para a saúde pública.
- A industria médica atópase en continua loita contra os **patóxenos microbianos**. Durante anos usáronse antibióticos para tratar infeccións bacterianas, incluíndo as infeccións post-cirúrxicas e as enfermidades potencialmente mortais como a escarlatina e a sífilis. Con todo, as novas cepas de bacterias móstranse resistentes aos antibióticos ameazando así este progreso.

- Procura de substitutivos aos **opiáceos** convencionais que non xeren os mesmos problemas de adicción ou efectos secundarios. Destacar que en EE.UU. hai máis mortes xeradas por estes medicamentos que por accidentes de tráfico.
- A **diabetes** e a **obesidade** constitúen dúas dos maiores problemas de saúde estadounidense, e seguen en aumento. Xunto a iso hai que ter en conta todas as complicacións que se derivan de ambas as enfermidades, por exemplo, a enfermidade do fígado graxo non alcohólico.
- O desenvolvemento do “**big data**”, cada vez máis utilizado para acelerar as investigacións pode utilizarse para desenvolver e mellorar os modelos para as emerxentes bacterias resistentes aos antibióticos.
- Outra oportunidade é aquela que radica na **medicina personalizada**. Neste sentido, a comprensión cada vez maior dos factores xenéticos e biolóxicos subxacentes que causan enfermidades está a provocar unha nova era de atención sanitaria personalizada.
- Por último, non debe esquecerse o feito de que cunha maior esperanza de vida para a poboación estadounidense, incrementáronse as enfermidades relacionadas coa idade. Un aumento da poboación envellecida significa un aumento na demanda de tratamentos médicos polo que o sector público busca reducir o custo destes tratamento co uso de **tratamentos máis efectivos**, así como tratamentos curativos e **preventivos**.

Para finalizar, debe terse en conta que o mercado americano non só é importante polo seu gran tamaño, senón tamén por ser o motor da industria a nivel global, de tal forma que os produtos de éxito no devandito mercado adoitan ter bos resultados noutros mercados.

SECTOR TEXTIL

A industria textil nos EE.UU.

Tradicionalmente Estados Unidos era o maior mercado de moda do mundo, pero no 2019 foi desbancado por China, pasando ao segundo lugar.

Segundo datos publicados polo ICEX, o sector da moda nos Estados Unidos (fundamentalmente formado polas categorías de pezas de vestir e calzado) facturou no 2019 un total de 370,4 mil millóns de dólares, o que representa un incremento do 2% con respecto ao ano anterior. Con respecto a esta cifra, un 21% correspondeuse con calzado e o 79% restante con pezas de vestir.

A balanza comercial do sector da moda en EE.UU. é negativa, dado que importa máis roupa e calzado de terceiros países da que vende nos mercados internacionais.

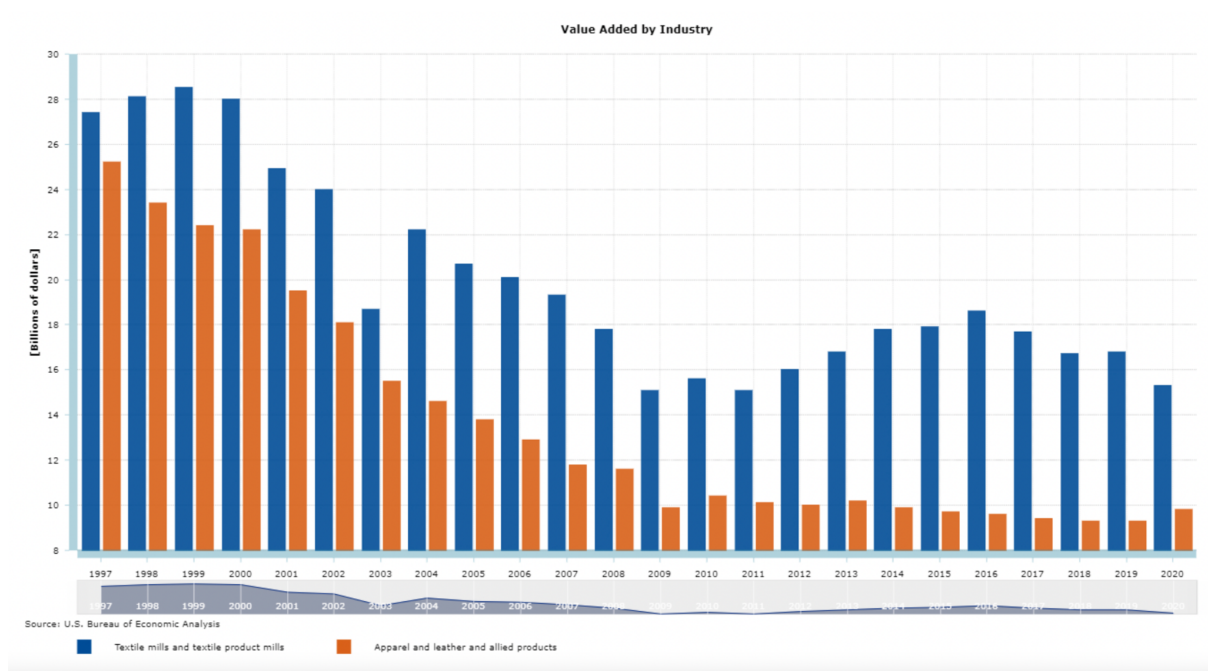
As importacións de téxtiles e pezas de vestir por parte de EE.UU. aumentaron un 31,37% entre xaneiro e marzo de 2022, o que pon de manifesto que seguen crescendo a un ritmo elevado, alcanzando os 32.368 millóns de dólares nos tres primeiros meses do ano, fronte aos 24.639 millóns de dólares do mesmo período do ano 2021.

Cunha participación do 27,47% en China e 13,59% de Vietnam, ambos seguen sendo os principais países provedores de produtos téxtiles a Estados Unidos, debido aos seus menores custos de produción e ás regulacións máis laxas.

Cabe destacar que as pezas de vestir constituíron a maior parte das importacións de téxtiles e pezas de vestir dos EE.UU. en xaneiro-marzo de 2022, valoradas en \$ 24.314 mil millóns; mentres que as importacións que non son pezas de vestir representaron \$ 8,053 mil millóns, segundo o último informe de grandes transportistas, publicado polo departamento de comercio de EE.UU.

É importante mencionar que a fabricación de téxtiles e pezas de vestir nos EE.UU. reduciuse significativamente durante as últimas décadas debido a múltiples factores que van dende a automatización, a competencia das importacións ata as vantaxes comparativas cambiantes dos EE.UU. para produtos relacionados. A pesar de todo, tal e como se observa no gráfico seguinte, a fabricación téxtil estadounidense está a voltar gradualmente.

Evolución Fabricación textil EE.UU.



Fonte: U.S. Bureau of Economic Analysis

Cabe destacar que a fabricación de téxtiles e pezas de vestir nos EE.UU. está a cambiar na súa natureza, así por exemplo, os produtos téxtiles habían representado máis do 66% da produción total da industria téxtil e de pezas de vestir de EE.UU. no ano 2019, fronte ao 58% en 1998 (segundo datos do Bureau of Economic Analysis, 2020). Os téxtiles e pezas de vestir “made in the USA” están a crecer especialmente rápido nalgúns categorías de produtos impulsadas pola alta tecnoloxía, tales como téxtiles médicos, roupa de protección, teas especiais e industriais e non tecidas. Devanditos produtos tamén se están convertendo no novo motor de crecemento das exportacións téxtiles estadounidenses.

Merece especial mención o comercio electrónico no sector da moda de EE.UU. dada a súa importancia, xerando no 2019 uns ingresos de 103,2 mil millóns de dólares. Así mesmo, as perspectivas do sector indican que este vai continuar crescendo nos próximos anos.

Por outra banda, un dos principais factores na demanda dos produtos téxtiles no mercado americano é o nivel de renda dispoñible, ademais dunha preferencia por produtos fabricados por Estados Unidos. Agora ben, recentemente identificáronse algúns cambios no comportamento dos consumidores tales como: unha maior preocupación por levar unha vida máis saudable ou códigos de vestimenta máis “casuais” no traballo para ir máis cómodos.

En canto ao futuro do sector, isto vai estar moi vinculado á situación económica do país. Trátase dun sector que xa levaba unha década enfrontándose a certos desafíos provocados pola saturación do mercado ou o aumento na intensidade promocional, entre outros. Isto provocou que o últimos tres anos o crecemento fose lento e constante. Así mesmo, coa crise da COVID-19, produciuse un gran retroceso, sendo os sectores máis penalizados o do luxo e/ou aqueles con prezos máis elevados.

Con todo, obsérvanse certas tendencias que supoñen unha oportunidade para as empresas de moda, por exemplo a venda a través das canles online e a “informalización”.

Debido aos cambios no estilo de vida, os consumidores demostraron un maior interese en hábitos saudables. Viuse un aumento nas actividades deportivas e na maneira de vestir, sendo esta máis ‘casual’ sobre todo despois da crise sanitaria COVID-19. Cabe destacar a confección e calzado deportivo, supoñendo 127 mil millóns de dólares (26% do total de vendas dentro da moda xeral) e á vez, sendo un dos sectores onde se espera un maior crecemento.

Vinculado a isto, o consumidor americano está a mostrar unha crecente preocupación polo coidado do medio ambiente como se demostra polo impacto dos produtos que está a adquirir. É por iso que cada vez son máis as empresas de roupa e calzado que implementan comportamentos responsables cara á sustentabilidade e o medio ambiente.

A todo isto debe engadirse que o sector téxtil en Estados Unidos resulta moi atractivo, xa que se trata dun único gran mercado, conformado por submercados, distintos entre si. Isto ofrece ás empresas unha variedade única e difícil de atopar noutros países. Con todo, hai que ter en conta que é un mercado moi saturado e de difícil acceso.

Oportunidades de negocio no sector textil

A pesar da difícil conxuntura económica actual, tras o analizado anteriormente, preséntanse oportunidades para o sector téxtil galego no mercado estadounidense destacándose as catro seguintes:

- **Sustentabilidade:** trátase dun dos factores máis determinantes en canto ao futuro da moda onde xa había una certa tendencia cara a comportamentos máis responsables e sustentables. Tal é así que varias marcas de moda xa están a buscar a redución do uso de auga nas súas fábricas, deseño de roupa ecolóxica, programas de roupa de segunda man, etc. Os

consumidores teñen unha concienciación ambiental cada vez maior, polo que as empresas deben saber adaptarse a estes novos hábitos.

- Dixitalización: a venda de produtos de moda por internet está cada vez máis consolidada, e incrementouse coa crise do coronavirus. Así mesmo, espérase que esta dixitalización siga crescendo. É por iso que se debe mellorar a experiencia dos clientes en liña, a fin de alentar aos consumidores para conectarse. Con iso veñen vinculadas novas estratexias de venda, loxística e cumprimento.
- Athleisure (ou "informalización"): é unha tendencia en Estados Unidos e supón unha nova oportunidade para as empresas estranxeiras. Produciuse un gran aumento das vendas en moda deportiva; ademais de ser o segmento con maior crecemento tanto antes como durante a pandemia. Isto é debido aos cambios no estilo de vida que se empezaban a observar antes da crise actual, cunha "informalización" da vestimenta, xa que desde a pandemia moitos traballadores de oficinas están a realizar a súa actividade desde casa, acentuando máis a demanda dun estilo informal e cómodo. Ademais, espérase que en canto se regrese á oficina haxa un cambio na maneira de vestir máis parecida á utilizada para traballar desde casa. Obsérvase, con iso, unha tendencia das marcas para reducir a brecha entre a roupa de traballo formal e a roupa de estar na casa.
- Materiais de última xeración: Estados Unidos é o líder mundial en márketing, desenvolvemento e investigación téxtil. Así os fabricantes americanos están a producir materiais de última xeración, tales como fibras antimicrobianas, téxtiles electrónicos que poden controlar os signos vitais ou teas condutoras con propiedades antiestáticas. Así mesmo, están a producirse novos tecidos que se adaptan ao clima para que os consumidores sentan cómodos.

SECTOR NAVAL

Sector naval nos EE.UU.

Segundo un informe publicado por NMMA (National Marine Manufacturers Association) as vendas de unidades retallistas de barcos novos en Estados Unidos alcanzaron case as 320.000 unidades en 2020, o que representa un incremento do 13% con respecto ao ano 2019, niveis que a industria da navegación recreativa non vira desde o ano 2008. Neste sentido, todos os segmentos de lanchas motoras experimentarían un crecemento en 2020, oscilando entre o 8% e o 22%.

Ademais, tal e como comentou a directora de intelixencia empresarial de NMMA, as vendas de embarcacións novas continuaron aumentando durante a última parte do 2020, cun incremento do 40% de setembro a decembro dese ano, con respecto ao ano anterior. Segundo indica "os consumidores están a apoderarse das embarcacións tan pronto como saen da liña de produción". Esta maior demanda de novas embarcacións representou un récord en vendas para a industria da navegación recreativa. O que viría xustificado polo feito de que os estadounidenses, durante a crise do COVID-19, buscaron formas de pasar tempo na auga cos seus familiares.

Con iso as embarcacións máis demandadas foron: botes de pesca, tanto de auga doce como salgada, cruceiros, lanchas e iates.

A modo de resumo pode observarse que, dentro do naval, a navegación recreativa é unha das industrias que máis beneficiada saíu da crise actual en Estados Unidos, sendo o ano 2020 un ano histórico para as vendas do sector, pero á vez un ano disruptivo para os construtores de embarcacións estadounidenses, que deben satisfacer a maior demanda e repoñer inventarios récord.

Máis recentemente, outro informe da NMMA pon de relevo que as vendas de lanchas motoras ata o primeiro trimestre de 2022 mostran signos de normalización despois de dous anos de crecemento histórico. Durante o primeiro trimestre, as vendas detallistas de lanchas a motor novas alcanzaron as 54.000 unidades, o que representa un 20% menos que no primeiro trimestre de 2021. A pesar de todo séguese superando os niveis previos á pandemia, cun 20% máis que nas 45.000 unidades vendidas no primeiro trimestre de 2019. Así segundo datos do informe de rexistros de lanchas motoras novas da NMMA:

- As vendas de detallistas de novas embarcacións persoais, a pesar de que caeron un 30% ata o primeiro trimestre de 2022, foron uns 34% superiores ao primeiro trimestre de 2019 previo á pandemia.
- As vendas detallistas de novos pontones caeron un 12% ata o primeiro trimestre deste ano, pero seguen sendo uns 49% superiores ás do primeiro trimestre de 2019.
- As vendas detallistas de embarcacións novas para deportes acuáticos tamén caeron un 11% durante o primeiro trimestre, con todo, seguen sendo uns 62% superiores ás do primeiro trimestre de 2019.
- As vendas de cruceiros novos, aínda que caeron un 17% no primeiro trimestre deste ano, foron igualmente uns 17% superiores ao primeiro trimestre de 2019 previo á pandemia.

Ademais, é importante destacar que na industria de navegación recreativa o 95% dos barcos vendidos en Estados Unidos son de fabricación estadounidense. E que o sector está a traballar para equilibrar os niveis de inventario e cumprir cos pedidos, mentres se enfrontan aos constantes desafíos da cadea de subministracións.

En canto á área da US Navy, aínda que se viu máis penalizada pola crise do coronavirus, séguese realizando procesos de licitación por parte de Estados Unidos para reparar e manter os buques das súas bases navais; así como concursos para a construción de fragatas, como o aprobado en 2019 para a fabricación de 10 fragatas do Pentágono.

Neste sentido National Oceanic and Atmospheric Administration (NOAA) está a buscar propostas de construtores navais estadounidenses para o deseño e construción de dous novos barcos para a axencia, cuxa construción deberá ser acometida pola industria naval estadounidense como requisito básico.

Oportunidades do sector naval

No que se refire ás oportunidades do sector naval galego no mercado estadounidense, a crise sanitaria actual provocou unha retardación a nivel comercial, a pesar diso espérase un crecemento, aínda que lento. Por outra banda, tal e como vimos espérase que se manteña, aínda que algo máis retardado que nos dous anos previos, o crecemento nas embarcacións de recreo. Por iso deben aproveitarse estas perspectivas de desenvolvemento nas seguintes áreas:

- Embarcacións de recreo: como vimos anteriormente, este tipo de embarcacións presentan un maior crecemento durante a crise do COVID-19, polo que debe aproveitarse a súa crecente demanda.
- Compoñentes: Galicia conta con toda unha industria téxtil externa aos estaleiros que dá soporte ás devanditas actividades (como materiais de construción, equipamento, etc.), esta tamén pode aproveitarse da demanda crecente do mercado americano, que se atopa con dificultades á hora de repoñer inventarios.

SECTOR ENERXÉTICO

Sector enerxético no EE.UU.

Coa Administración Biden, iníciase unha nova época para as perspectivas do sector enerxético en EE.UU., e en concreto para o sector das enerxías renovables. No seu programa político contémpanse grandes investimentos en enerxías renovables para poder alcanzar uns ambiciosos obxectivos climáticos. Polo momento, son os combustibles fósiles os que lideran as fontes de produción enerxética, aínda que hai que destacar que dentro destes o papel do carbón é cada vez menor mentres que o do gas natural é maior. Con todo, as enerxías renovables están a se facer oco dentro do mix de electricidade.

Os datos publicados pola Administración de Información Enerxética (AIE) americana, confirman que as enerxías limpas experimentan un imparable crecemento no continente, proba diso é que no ano 2019, o uso de enerxías renovables supera por primeira vez en 143 anos ao carbón.

O pasado mes de abril o sector eléctrico de Estados Unidos alcanzou un fito importante cando a enerxía eólica e solar representaron o 20% da xeración de electricidade por primeira vez na historia, segundo o grupo de expertos en enerxía global Ember, con sede en Londres.

Cabe destacar que as enerxías eólica e solar de EE.UU. creceron drasticamente nos últimos anos, principalmente debido á caída dos custos.

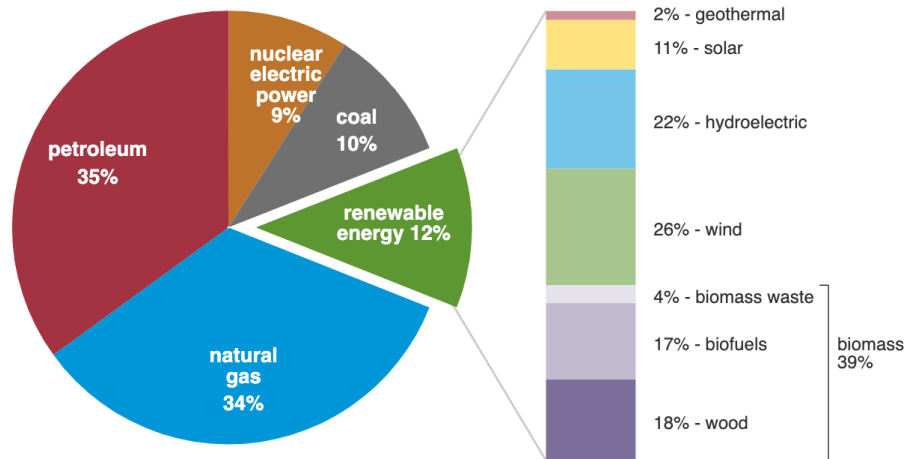
Neste sentido, o uso do vento e o sol como xeradores de electricidade aumentou desde 2015. Estas dúas son as principais impulsoras das enerxías limpas do país. No 2018, a xeración de electricidade a partir do vento excede por primeira vez á da auga, converténdose na forma máis popular de xeración de enerxía. Esta tendencia, unida ás novas políticas da Administración Biden, suxiren unha tendencia positiva para os próximos anos, aínda que retardadas pola contracción mundial derivada do coronavirus-19.

Segundo datos da EIA, tanto a produción como o consumo de enerxía renovable alcanzaron máximos históricos de 11,77 e 11,59 quads, respectivamente en 2020, impulsados principalmente pola produción récord de enerxía solar e 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
Note: Sum of components may not equal 100% because of independent rounding.



Fonte: U.S. Energy Information Administration, 2021

Oportunidades de negocio no sector enerxético

Como se comentou anteriormente, a implantación de enerxías renovables no territorio de Galicia propiciou que se xere un novo tecido industrial vinculado a estas tecnoloxías, xa que tanto o mantemento das instalacións como a elaboración de compoñentes para as mesmas, requiren persoal cualificado e centros de fabricación. Isto unido á transición cara a enerxías limpas que vén observando durante os últimos anos no país norteamericano, e que se ve recentemente potenciada pola política contra o cambio climático da Administración Biden, abre posibilidades cara ao sector galego.

Como áreas de oportunidade destácanse as seguintes:

- Fabricación de compoñentes e pezas: elaboración de todo tipo de compoñentes, pezas, repostos, transformadores, etc. para as diferentes industrias do sector, especialmente eólica e hidráulica.
- Instalación e mantemento: incluída a reparación dos diferentes compoñentes destas maquinarias, grazas a que contan con persoal cualificado e centros de fabricación especializados.

SECTOR LOXÍSTICO

Co auxe do comercio electrónico, acusado pola pandemia do Covid-19, débense buscar solucións que melloren os servizos loxísticos. Neste punto cobra importancia o Big Data para afrontar os desafíos loxísticos do comercio electrónico

Sector do transporte e a loxística nos EE.UU.

A pandemia acrecentou o auxe do comercio electrónico, e espérase que este siga a tendencia á alza nos próximos anos, co que recibir os pedidos máis rápidos convértese nunha oportunidade para o sector da loxística. Pero para iso debe investirse. Segundo apuntan dende Forbes, só durante o mes de maio de 2021, o gasto total das vendas online en Estados Unidos creceu un 77% ata os 82.500 millóns de dólares, en comparación co mesmo mes de hai un ano. Un crecemento que non só debeuse á compra de artigos para enviar aos fogares dos consumidores, senón tamén ás tendas físicas nas que moitos prefiren recoller os pedidos online.

A isto debe engadirse a importancia da crecente demanda por parte dos consumidores de recibir os seus pedidos en períodos de tempo cada vez máis curtos. Todo iso pon de manifesto a necesidade de que as organizacións invistan nos seus almacéns e centros de distribución para optimizar o desenvolvemento e implementación de procesos loxísticos e de cadea de subministración avanzados.

Isto debe xestionarse con eficacia e control, xa que o crecente aumento do e-commerce, unido a un incremento nos pedidos e á demanda por parte dos consumidores de entregas máis rápidas, pode ocasionar redes loxísticas insustentables.

É por iso que se considera ao Big Data como unha ferramenta útil para reducir gastos e mellorar o rendemento das frotas. Isto vai unido á importancia de ter unha boa xestión dos datos, que permitan proporcionar a información necesaria para responder as necesidades loxísticas. Así os datos pódense utilizar para determinar a carga que recollen os transportistas, e o momento da entrega. Grazas a esa rastrexabilidade, pódense planificar mellor os tempos, que xunto co coñecemento do que se vende pódese ter un mellor control da capacidade da que se dispón e en caso necesario facer uso doutro transporte.

Así mesmo, o Big Data tamén pode axudar a reducir os gastos e mellorar o mantemento da frota, mitigar as recargas por combustible e construír unha rede máis ampla baseada en operadores competitivos.

O 32º Informe anual sobre o estado da loxística en EE.UU. pon de manifesto que as cadeas de subministración continúan restablecéndose da pandemia con loxísticas resistentes que se adaptan, planifican e cambian para satisfacer as demandas actuais e futuras.

Como resultado dunha pandemia aínda en curso e outras interrupcións, as cadeas de subministración veranse obrigadas a adaptarse continuamente.

Concretamente, Florida destaca tamén polo seu sector loxístico e de distribución xa que conta con 20 aeroportos comerciais, 15 portos marítimos, 2 portos espaciais, 3000 millas de vías de tren de carga e 15 000 millas de autoestradas. Adicionalmente, dá emprego a máis de medio millón de habitantes no Estado. Case todas as principais empresas de loxística global xa teñen presenza no estado, incluída a sede de Ryder System, Inc., Landstar System Inc., CEVA Logistics Ou.S., Inc. e outras importantes empresas de loxística a nivel mundial. Como porta de entrada comercial do hemisferio occidental, a industria de loxística e distribución de Florida está preparada para crecer máis coa finalización da expansión da Canle de Panamá e numerosos desenvolvementos e melloras de infraestrutura previstas para anos futuros.

Neste apartado debemos mencionar tamén o impacto que está a ter a guerra de Ucraína e Rusia na loxística de todo o mundo e, polo tanto, na loxística estadounidense. Así como resultado do conflito a loxística internacional viuse interrompida, e víronse problemas na cadea de subministración de Estados Unidos. A medida que o exército ruso cortaba roteiros de envío, as empresas de loxística suspendían os servizos e as sancións conducían a prezos máis altos da gasolina, provocando que as empresas de loxística aumentasen os seus custos.

É especialmente remarcable os estragos que esta crise está a causar na xa convulsa industria loxística, sendo o prezo do combustible diesel, que afecta ao frete camioneiro, unha das influencias máis significativas. O prezo dos futuros de cru subiu a máis de \$100 o barril case inmediatamente despois de que comezase a batalla, sendo os prezos máis altos rexistrados desde o 2014.

Ao ser Rusia o segundo maior produtor de combustibles fósiles do mundo, as sancións impostas por Estados Unidos e a Unión Europea han provocado que os prezos do gas natural licuado no mercado asiático aumenten ata o 50%.

Como consecuencia do drástico aumento dos prezos da gasolina e o diésel, as empresas de loxística empezaron a cobrar máis polos seus servizos, aumentando os custos ao longo da cadea de subministración e afectando a todos os negocios.

Oportunidades do sector transporte e a loxística

O uso de datos relacionados co transporte e procesados a través de análises avanzadas podería cambiar a forma na que funcionan as empresas dedicadas ao comercio electrónico. O Big data eríxese como clave para gañar en eficiencia e reducir custos.

A toma de decisións baseada en datos promoverá a competencia na cadea de subministración. O Big data mellora a calidade e o rendemento dos servizos de loxística.

Isto nun mundo no que se incrementa o comercio electrónico e demándanse entregas máis rápidas e con mellor experiencia do proceso, abre posibilidades para adaptarse a un sector crave. Como dato mencionar que segundo recolle o 32º Informe Anual do Estado da Loxística de CSCMP², as compras de comercio electrónico (algunhas das cales se recolleron en tenda) creceron un 33% a \$792 mil millóns, o que representa o 14% de todas as vendas retalistas.

É por iso, que os cambios realizados no sector da loxística galego, enfocados cara á automatización, a robotización e, sobre todo, o Big Data, co aproveitamento dos datos para tomar decisións que reduzan custos e melloren os tempos de entrega; supoñen unha oportunidade de cara ao mercado estadounidense.

Outro punto para ter en conta e que pode ser aproveitado como oportunidade do sector loxístico galego, é a sustentabilidade. O sector do transporte e a loxística debe facer cada vez maiores esforzos de sustentabilidade dado que os consumidores están a considerar os impactos ambientais nas súas decisións de compra, así como os gobernos de todo o mundo están a incluír regulacións ambientais máis estritas.

SECTOR CONSTRUCCIÓN

Dentro do sector da construción débense ter en conta dúas áreas de actuación: a construción de edificios e a construción de infraestruturas.

Sector da construción en EE.UU.

- Edificación:

A industria da pedra natural, a de construción e remodelación están moi ligadas no mercado estadounidense. Estados Unidos é un dos mercados líderes a nivel mundial no sector da pedra natural xa que é utilizada principalmente na construción e renovación comercial e residencial, motivo polo cal debe terse en conta á hora de analizar o sector da construción.

Segundo un informe publicado polo Departamento de Comercio de Estados Unidos en agosto de 2020, a construción de vivendas no país repuntou por terceiro mes consecutivo en xullo dese ano, o cal é un indicativo de que o sector inmobiliario está a emerxer como unha das áreas de fortaleza nun momento no que a economía se viu afectada pola pandemia de COVID-19. Neste sentido, a construción de vivendas creceu un 22,6% en xullo do 2020 e entre os motivos deste forte crecemento atópanse unha forte demanda fronte a unha oferta limitada.

As grandes ganancias viñeron da construción de departamentos e condominios que se dispararon nun 56,7%. Hai que ter presente que a construción de vivendas unifamiliares tamén aumentou nun 8,2%.

Durante o último ano Estados Unidos seguiu vivindo un auxe na construción, neste sentido a actividade da construción de vivendas en Estados Unidos disparouse, co aumento de novas unidades de vivenda en construción, alcanzando o nivel máis alto en case 50 anos, con todo, a oferta de casas que están en venda esborrallouse a niveis mínimos históricos nos últimos meses.

² CSCMP Council of Supply Chain Management Professionals

Segundo datos do censo, en xaneiro de 2022 construíronse 1.5 millóns de vivendas. A cifra máis alta rexistrada en anos recentes foi en 2006, cun pouco menos de 1.4 millóns.

Pero os problemas na cadea de subministración, consecuencia da pandemia tamén afectaron ao sector da construción. Así os atrasos na cadea de subministración están a afectar ao mercado de vivendas novas.

É importante destacar o mercado da pedra natural, que importou un total de 2.607 millóns de dólares, dos cales o 98,5% é pedra natural elaborada e o resto pedra natural en bruto. O granito é o material máis importado por Estados Unidos e a lousa sería o material que máis exporta España a Estados Unidos. Ambos os materiais, xunto ao mármore, son os tipos de pedra natural máis consumidos en Estados Unidos.

- Infraestruturas:

Doutra banda, o crecemento dos proxectos de enerxías renovables é un dos sectores crave que impulsan a actividade de construción nas áreas da infraestrutura e a construción industrial. O goberno dos Estados Unidos está a investir masivamente na creación de redes, o que está a impulsar a actividade de construción no sector das comunicacións. Por conseguinte, hai novas oportunidades no segmento da construción pesada.

Vinculado a isto destaca a política da Administración de Biden que busca modernizar as infraestruturas do país dunha maneira sustentable e centrándose en obras non contaminantes.

En novembro do pasado ano Biden aprobou un proxecto de lei de infraestruturas por valor dun billón de dólares. Dentro dos investimentos contemplados nesta lei destacan entre outras:

- 110.000 millóns de dólares destinados a estradas e autoestradas
- 66.000 millóns de dólares para a modernización dos servizos ferroviarios do país
- 65.000 millóns de dólares para a construción de liñas para a transmisión de enerxía que sexan resistentes ao cambio climático
- 42.000 millóns de dólares orientada a mellorar portos e aeroportos. Esta partida é realmente relevante nun momento no que o mundo se enfrenta a bloqueos na cadea de subministracións. Nesta área contéplanse 17.000 millóns en infraestrutura portuaria así como 25.000 millóns para mellorar a infraestrutura de aeroportos, pistas e terminais.
- 40.000 millóns de dólares destinados á reestruturación de pontes

Oportunidades do sector da construción

Co crecemento do sector da construción nos Estados Unidos e as perspectivas de que iste siga en aumento, cun crecemento medio anual do 1,4% entre 2021 e 2024, ábreanse posibilidades para as empresas galegas de construción.

- Construción de edificios: débese aproveitar o potencial das pedras naturais galegas, granito e lousa, ante a crecente demanda de vivenda do mercado estadounidense.
- Infraestruturas: o programa de Biden inclúe proxectos para a modernización destas, con construción de “obras verdes”. Este punto tamén pode ser aproveitado polas construtoras galegas, que nos últimos anos diversificaron o seu modelo de negocio cara aos servizos urbanos de infraestruturas, ademais doutros nichos de mercado como o eólico.

SECTOR AGROALIMENTARIO

EE.UU. segue a ser un dos mercados principais para a exportación agroalimentaria española e europea. Despois de anos complicados coas medidas expostas pola administración contra produtos emblemáticos como o aceite, as olivas ou o viño, durante o ano 2021 observouse unha recuperación importante das exportacións do xigante norteamericano, á vez que coinciden cunha mellor situación económica e a menor incidencia da pandemia.

A pesar diso tamén se observan incertidumes derivadas do incremento dos prezos das materias primas e especialmente dos custos de transporte.

O volume total de importacións de alimentos a Estados Unidos en 2019 foi de 149.828 millóns de dólares. México e Canadá, membros do NAFTA 5, son os principais exportadores, con importacións de 29.928 millóns de dólares e 24.560 millóns de dólares respectivamente.

Séguenlles, aínda que a bastante distancia, Francia (6.285 millóns de dólares), Italia (5.357 millóns de dólares) e China (5.096 millóns de dólares). Esta última experimentou unha importante caída en 2018 (30%) debido á guerra comercial con EE.UU.

As exportacións españolas a EUA ocuparon o décimo oitavo lugar, alcanzando os 2.362 millóns de dólares, un 3% máis que o ano anterior. Os principais produtos exportados foron o aceite de oliva, o viño e o mosto, as conservas de olivas e o queixo.

O comportamento dos produtos españois en EE.UU. é bo; as exportacións no últimos dez anos duplicáronse pre Covid19; as principais partidas que causaron este efecto son o aceite, que se multiplicou por tres, o viño que, sen chegar a dobrarse, incrementou a súa importación de forma considerable durante a última década, e as conservas de peixe que se multiplicaron por seis, en gran parte grazas ao polbo.

Cabe mencionar que, tras o fallo da OMC (Organización Mundial de Comercio) a favor de Boeing e EE.UU., no litixio que mantiñan con Airbus e os países do consorcio (Reino Unido, Alemaña, Francia e España), EE.UU. foi autorizado a impoñer aranceis a produtos europeos por valor de 7.500 millóns de dólares.

No caso dos produtos españois, as autoridades estadounidenses optaron por aplicar un arancel adicional do 25% sobre os produtos agroalimentarios máis exportados: o aceite de oliva embotellado, o viño, as olivas verdes, o queixo e o polbo, entre outros. Con todo, o 5 de marzo de 2021, a Administración Biden suspendeu os aranceis do 25% por un período de catro meses, esta decisión prorrogouse en xuño de 2021 por un período de cinco anos, a cal contribuíu a un incremento superior ao 20% das exportacións de alimentación e bebidas españolas a Estados Unidos.

En canto ao consumo do sector, cabe mencionar que, coas vendas repartidas entre a canle retalista e a canle HORECA, Estados Unidos é o principal mercado de alimentos por volume a nivel global. O sector foi sendo moi castigado pola crise d COVID19, en marzo de 2020, mes no que impactou o Covid19 en Estados Unidos, a caída do sector HORECA ascendeu a 108 mil millóns de dólares, con datos negativos nos seguintes meses que se traduciron nunha contracción anual do 24%.

No sector retail, polo seu lado, os datos do primeiro trimestre de 2020 apuntaron a un incremento de vendas de ata 17 mil millóns de dólares con respecto ao trimestre de 2019 (US Census Bureau). Hai dous factores que motivaron dita circunstancia:

- a) a poboación fixo provisión de produtos non perecedoiros.
- b) houbo un incremento no consumo de produtos gourmet, como consecuencia do peche dos restaurantes.

O mercado de Estados Unidos é prioritario para a industria alimentaria española, especialmente para os sectores do aceite de oliva, as conservas vexetais e os produtos gourmet. A boa imaxe que os alimentos e bebidas provenientes de España teñen neste país, reflíctese no interese que as empresas estadounidenses mostran.

En canto ás exportacións galegas, o sector agroalimentario tamén se atopa dentro dos sectores con maior peso. Os peixes e mariscos, as conservas de peixe e os viños de calidade, son os principais produtos demandados polo país americano. Aínda que tampouco debemos obviar o efecto que o aumento das taxas arancelarias tivo na comunidade galega, o que sumado á pandemia do Covid-19, provocaron unha caída das exportacións a Norteamérica.

Oportunidades de negocio

A pesar de que tradicionalmente o perfil do consumidor estadounidense establece a carne como un dos principais alimentos demandados pola poboación, existen unhas novas tendencias e un crecente interese por produtos de carácter orgánico. De tal forma segundo datos da firma International Team Consulting, en 2018 produciuse un crecemento sen precedentes no consumo destes alimentos orgánicos que pasaron de ser consumidos por unha pequena porcentaxe da poboación para ser consumidos pola maioría dos estadounidenses, cada vez máis concienciados coa saúde, o medioambiente e o bo trato aos animais. O consumo destes produtos continuou mesmo coa pandemia de Covid-19.

Neste sentido debe mencionarse tamén que os consumidores estadounidenses caracterízanse por un espírito consumista, sendo ademais moi esixentes a nivel de calidade e garantía. Esperan moito do produto, buscan bens e servizos que destacan por ofrecer un servizo postventa de calidade e con deseños/envases atractivos. Así mesmo, como consecuencia do acelerado ritmo de vida do país, os compradores buscan solucións rápidas, tales como froitas ou ensaladas xa cortadas e lavadas como opción de consumo práctico e fácil; que non impliquen un consumo excesivo do seu tempo, sen que por iso xustifíquese un detrimento da calidade final de produto ou servizo final.

Analizadas previamente as características do sector e o desenvolvemento e potencial que se observa no mesmo, a continuación, enuméranse unha serie de sectores que se consideran de interese para empresas galegas de agroalimentación dentro do mercado americano.

- Sector pesqueiro: no que podemos identificar dous tipos de produtos:
 - Peixes e mariscos frescos e conxelados: representaron en 2018 a terceira partida de importacións agroalimentarias estadounidenses, cun crecemento nos últimos anos superior ao 20% (segundo indícase nun informe elaborado polo consorcio da zona franca de Vigo). Supoñen ademais o sétimo tipo de produto galego máis exportado a EE.UU.
 - Conservas de peixe e marisco: o seu crecemento superou o 31% nas importacións estadounidenses. Foron a sexta partida de produtos galegos máis exportados e a primeira dentro do sector agroalimentario en 2018.

Existe unha boa aceptación da industria española no país e, por tanto, supón unha oportunidade para a industria galega, se aproveita este constante aumento da demanda norteamericana.

- Viños: O país norteamericano ha reflectido un aumento da demanda deste produto, xa que nos últimos anos as bebidas alcohólicas e vinagres contan cun crecemento das súas importacións. No caso galego, os viños de calidade representan un dos produtos máis exportados a Estados Unidos.
- Aceite de oliva: a pesar da caída nas exportacións destes produtos debido aos aranceis aprobados na política de Trump, trátase dun dos produtos máis demandados polos consumidores estadounidenses, chegando a ser a cuarta partida do sector agroalimentario máis exportada en Galicia no ano 2018. Do mesmo xeito que no sector pesqueiro, existe unha boa aceptación da industria do aceite de oliva no país norteamericano e unha boa oportunidade comercial para que o mercado galego afiáncese nel.

A innovación nas prácticas de sustentabilidade será unha prioridade principal a medida que os fabricantes se adaptan ás crecentes demandas dos consumidores. Así algunhas das tendencias esperadas e que se poden aproveitar como oportunidades de negocio son:

- Compromiso coa sustentabilidade: existe unha urxencia cada vez maior para abordar o impacto humano no cambio climático e os consumidores son máis conscientes que nunca sobre como as súas decisións persoais e as marcas que apoian impactan no medio ambiente. En consecuencia os fabricantes están a se adaptar co obxectivo de ser máis conscientes co medio ambiente. Neste sentido, as tendencias que están a gañar apoio son o afastamento das fontes de enerxía baseadas en combustibles fósiles, a redución do consumo de auga, os

envases sustentables (reciclábeis, biodegradables ou opcións que reducen significativamente o uso de plástico) e as solucións de limpeza e deterxentes limpos e ecolóxicos para os produtos finais.

- O auxe das plantas: máis da metade dos consumidores en Estados Unidos comen máis alimentos de orixe vexetal, e espérase que a súa popularidade creza en 2022. As dietas a base de plantas incrementáronse un 300% para os estadounidenses nos últimos 15 anos.

Dentro do sector agroalimentario hai que resaltar as tendencias crecentes de consumo na actualidade, atopando entre elas o sector vegano, o auxe dos produtos ecolóxicos e os produtos gourmet.

Así as proteínas de orixe vexetal e as alternativas lácteas son algunhas das opcións máis populares e que seguirán estando á vangarda. Nun estudo de 2021 realizado por The Hartman Group para o Food Marketing Institute (FMI) revelou que o 29% dos compradores están a moderar o seu consumo de carne e o 9% dos compradores non consomen produtos cárnicos.

Para finalizar, segundo datos extraídos de Food Manufacturing, obsérvase un cambio nos hábitos de consumo post pandemia. Así o 64% dos consumidores non planea volver aos seus hábitos previos á pandemia de cear en restaurantes, o que provocou que o 61% dos consumidores ordene comida para levar ou entrega a domicilio polo menos unha vez por semana, fronte ao 29% de hai un ano. Isto é un claro exemplo de como a pandemia cambiou o comportamento dos consumidores que seguirá obrigando á industria alimentaria a adaptarse ás demandas dos consumidores.

CANLES DE DISTRIBUCIÓN

Tradicionalmente, a exportación de alimentos a Estados Unidos fíxose por barco, posto que os custos por transporte marítimo son máis económicos que o transporte aéreo. Sen prexuízo diso, hai que ter en conta que, para produtos perecedoiros, pode ser máis interesante optar polo transporte aéreo, que chegará con moita máis rapidez ao lugar de destino.

Dos dez portos principais, cinco están na costa este ao alcance desde España (Newark/New York, Savannah, Houston, Norfolk e Charleston). Destes portos, os máis especializados en mercadoría alimentaria son os de Nova Jersey/Nova York e Savannah, polo que ao redor hai numerosos almacéns e empresas do sector.

España adoita introducir gran parte das súas exportacións alimentarias polo porto de Miami, cun 2,6% do total de TEUs (Twenty foot Equivalent Unit) recibidos en 2018. Así mesmo, existen 563 aeroportos en Estados Unidos de uso comercial. O JFK de Nova York ou Newark International Airport de Nova Jersey son os que reciben máis mercadoría de alimentos.

Antes de analizar as distintas canles de distribución, é necesario mencionar os intermediarios que se requiren para que o produto chegue a destino:

4.1 Importador

Figura que adquire a mercadoría en propiedade e faise responsable do produto desde o momento en que chega a Estados Unidos. Sen prexuízo de que se poidan estipular certas cláusulas no contrato, o máis normal é que o exportador perde certo control do produto cando chega a Estados Unidos, pois o importador será quen, en xeral, tome as decisións comerciais. É por iso, a importancia dunha boa elección dos importadores xa que determinará a presenza e o posicionamento do produto na área sobre a que se lle outorgue competencias.

A marxe do importador varía segundo o seu tamaño e funcións. Oscila normalmente entre un 15% e un 30% sobre o importe ao que compra ao exportador, incluíndo os gastos en que incorre o importador.

4.2 Distribuidor maiorista

Figura que tamén adquire a mercadoría en propiedade. Encárgase da operativa loxística que se precise para trasladar o produto desde as instalacións do importador ata as do/os cliente(s) aos que venderá os produtos. O distribuidor maiorista ocúpase, en moitos casos, tamén de participar en programas promocionais. Os principais clientes dos distribuidores especializados en produtos gourmet, adoitan ser os supermercados e as tendas gourmet.

A marxe do distribuidor varía en función do seu tamaño e funcións, pero a marxe adoita oscilar sobre un 15% e un 35% sobre a contía á que compra o produto ao importador, incrementada nos gastos nos que incorra.

4.3 Canle retalista

O retalista é o último paso na cadea de distribución e é o que mellor coñece a demanda dos produtos, factor que fai case imprescindible que os exportadores teñan certo contacto con eles para poder ter éxito no mercado. Hai, aproximadamente, 40.000 tendas de comestibles retalistas en EE.UU. O 70% representan supermercados, almacéns, hipermercados, clubs maioristas e tendas naturais/gourmet, mentres que o 30% restante son “military commissaries”

En canto a grandes e 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. A marxe das grandes superficies oscila entre o 20 e o 30%.

As tendas gourmet ou de especialidade céntranse nun nicho moi específico de consumidores:

- a) Que xa coñezan o produto e estean dispostos a pagar un prezo máis elevado polo produto.
- b) Que sexan profesionais da industria. Nestes casos, a marxe adoita ser superior ao dos supermercados, cunha marxe que adoita oscilar entre o 50 e o 70%. Existe presenza de diversidade de produtos españois neste segmento.

4.4 Canle Horeca

A canle HORECA (Hoteis- Restaurantes- Cafeterías) coñécese en Estados Unidos como Food Service.

Trátase dunha canle relevante, debido a que en moitas ocasións serve de plataforma para dar a coñecer un produto que tamén se vende en tendas. Por exemplo, cando un chef aposta por un determinado ingrediente no seu menú e este ten boa acollida, esténdese o coñecemento do devandito produto vía revistas e webs que identifican as novas tendencias do sector.

As vías de subministración para cada hotel, restaurante ou cafetería poden ser:

- a) Almacenistas regulares: Destacan Sysco, Reinhart Foodservice ou Performance Food Service.
- b) Specialty distributors: Destacan algúns como BK Speciality Foods, Frontier Ingredients, The Spanish Table, A Española meats ou A Tenda Delicias de España. Os produtos españois teñen moi boa cabida nos Specialty Distributors.

4. CONTORNA OPERATIVA

4.1 Réxime de Comercio e Investimentos

4.1.1 Réxime comercial

O réxime comercial e de investimentos de Estados Unidos atópase entre os máis abertos do mundo. O territorio aduaneiro engloba aos 50 Estados do país, así como o distrito de Columbia e Puerto Rico (estado libre asociado). O Servizo de Aduanas está dividido por sete rexións organizándose en distritos e cada un con diferentes portos de entrada.

Os dereitos de aduana aplícanse sobre o valor FOB das mercadorías introducidas en EE.UU. Están baseados na Nomenclatura Internacional do Sistema Harmonizado de Designación e Codificación de Mercadorías.

A Oficina de Aduanas e Protección en Fronteira (CBP), que pertence ao Ministerio de Seguridade Interior, é o organismo encargado da xestión aduaneira. Entre as funcións da CBP, están as de impoñer e recadar impostos, gravames e dereitos sobre diferentes mercadorías importadas. Pódese dicir que unha das funcións máis importantes é que se cumpran todas as normas estipuladas baixo o CBP. Os importadores, ademais de ter que contactar con esta axencia, terán que dirixirse aos organismos que sexan competentes en función da mercadoría obxecto de importación xa que nalgúns casos os produtos poden requirir para algunha licenza ou permiso especial emitido por axencias estatais ou ben deben ir acompañados de certificados expedidos por certos organismos do país de exportación.

Por exemplo, para produtos de consumo (excluídos o material eléctrico e de gas) a axencia competente é a Consumer Product Safety Commission (CPSC) que se encarga de publicar as normas de obrigado cumprimento e de proporcionar información necesaria sobre laboratorios acreditados que poden verificar e certificar devanditos produtos.

Ademais, mencionar que a partir de decembro de 2003 as empresas importadoras de produtos alimenticios e farmacéuticos deben estean rexistradas ante FDA (Food and Drug Administration) e deben realizar unha notificación previa dos seus envíos coa antelación necesaria.

A FDA é a entidade encargada de establecer e verificar o cumprimento de regulacións para garantir a seguridade dos alimentos, medicamentos e cosméticos que se consomen nos Estados Unidos.

A FDA administra os seguintes aspectos::

- Cumprimento da Lei contra o Bioterrorismo
- Regulamento en canto a dispositivos médicos e aqueles que emitan radiación
- Alimentos envasados de baixa acidez e acidificados (LACF/ AF)
- Aditivos e ingredientes alimentarios
- Etiquetaxe e envasado de alimentos procesados
- Alimentos preparados que conteñan menos de 2% de contido cárnico (Os que teñen maior contido son regulados polo FSIS)
- Mariscos e pescados
- Ovo en casca (os ovoproductos son regulados polo FSIS)
- Inspección dos límites máximos de residuos de praguicidas, medicamentos veterinarios, metais pesados e demais contaminantes, conforme ao establecido pola Axencia de Protección Ambiental (EPA)

Hai que destacar que importar no país non é fácil, polo que é recomendable contar cun bo asesor e axente aduaneiro co propósito de axilizar os diferentes trámites. Os axentes de aduanas, coñecidos como custom brokers, pódense contratar a través da seguinte páxina: <https://www.cbp.gov/contact/find-broker-by-port> que permite atopalos por estado. Todas as importacións son clasificadas segundo o Arancel Harmonizado do país baseándose na Nomenclatura Internacional do Sistema Harmonizado de Designación e Codificación.

En xullo de 2013, Estados Unidos e a Unión Europea comezaron as negociacións da Alianza Transatlántica para o Comercio e o Investimento (Transatlantic Trade and Investment Partnership - TTIP) (oitava rolda de negociacións en febreiro de 2015). En 2016, seguían sen acordo a pesar de que os seus propósitos eran abrir novas oportunidades para as familias, traballadores, empresas e agricultores americanos facilitando un maior acceso ao mercado europeo, así como a creación de máis emprego e á vez conseguir novos socios estratéxicos e económicos entre ambos os países.

Tras este acordo, producíronse unha serie avances para tratar de reducir determinadas barreiras non arancelarias, como en ámbitos como o farmacéutico ou automobilístico, ou a liberalización do acceso aos servizos públicos. Con todo, existen controversias en cuestións como a introdución dun mecanismo de resolución de conflitos entre investidores estranxeiros e Estados Unidos.

Estados Unidos é un dos países que máis investigacións antidumping realiza. Resulta importante mencionar que vender mercadorías en Estados Unidos por baixo do prezo ao que ditas mercadorías ou outra substancialmente igual é vendida no país de procedencia, pode violar as leis antidumping estadounidenses. Así mesmo, poden adoptarse medidas antisubvención, en forma de aranceis

adicionais cando se determina que mercadorías de importación beneficiáronse de determinados tipos de subvencións consideradas ilícitas baixo a normativa da OMC e estas orixinan un dano á industria estadounidense.

Existen algúns produtos españois, fundamentalmente siderúrxicos e químicos, sometidos a medidas antidumping. O 1 de agosto de 2018 impuxéronse medidas antidumping e antisubvención con carácter definitivo ás olivas negras de España. Neste sentido cabe destacar que en novembro do pasado ano 2021, a Organización Mundial do Comercio (OMC) publicou un informe definitivo no ditamina inconsistencias nas medidas de defensa comercial aplicadas en EE.UU. ás olivas negras españolas e, por tanto, insta a eliminar a imposición de gravames contra os devanditos produtos. Ademais, as exportacións españolas de alambión de aceiro inoxidable están suxeitas a un dereito antidumping do 2,71%, aínda que tamén nesta área o pasado mes de outubro EE.UU. e a UE chegaron a un acordo en canto a estes aranceis, así o acordo mantén os aranceis estadounidenses do 25% e 10% respectivamente sobre o aceiro e o aluminio, pero permitirá que unha cantidade indefinida deses produtos procedentes da UE non sexa sometida a esas tarifas. Outros produtos españois sometidos a estas medidas son as exportacións españolas de acetona que pode supoñer ata unha taxa do 171%.

A continuación, clasificamos algunhas das barreiras, os documentos comerciais necesarios para a exportación, os certificados e os documentos aduaneiros e fiscais en termos xerais:

Barreiras arancelarias

Existen barreiras arancelarias para a introdución dalgúns produtos no mercado americano, con todo estas varían en función da mercadoría, polo que se recomenda revisar o arancel específico en función do número HTS na seguinte ligazón: <https://www.macmap.org/es>

É interesante destacar que algunhas exportacións agroalimentarias españolas, entre elas o aceite de oliva, o viño, queixos e cítricos, estaban a ser gravados cun arancel do 25%, pero en 2021 o presidente Joe Biden chegou a un acordo coa UE para paralizar este arancel por un período temporal de 4 meses. Acordo que se ampliou o pasado novembro, alongando a suspensión do arancel por 5 anos.

Barreiras non arancelarias

Barreiras administrativas

As primeiras barreiras administrativas atópanse nos trámites de entrada: control ao que se someten as diferentes mercadorías ata que se atopen nos portos de entrada e o servizo de aduana autorice a entrega; e a introdución de mercadorías con finalidade de consumo que primeiro necesitasen presentar documentos necesarios (Manifesto de Entrada de Mercadorías, formulario aduaneiro 7533 ou a Solicitud e o Permiso Especial de Entrega Inmediata, formulario aduaneiro 3461.

Tamén se conta cun proceso específico para a liberación de cargamentos e para poder introducir mercadorías baixo unha fianza.

Destácanse os seguintes puntos:

- Existen requisitos sanitarios e fitosanitarios de carácter federal que se rexen pola Lei Federal de Produtos Alimenticios, Medicamentos e Cosméticos, a Lei de Modernización da Seguridade Alimentaria (FSMA) e os regulamentos que a desenvolven, a Lei Federal de Inspección da Carne, a Lei de Protección Fitosanitaria, a Lei Federal sobre Insecticidas, Fungicidas e Rodenticidas, e Lei de Fiscalización das Substancias Tóxicas. En xeral, as medidas sanitarias e fitosanitarias están suxeitas aos mesmos procedementos administrativos de formulación de normas que os regulamentos técnicos.
- Mercado de contratación pública: preferencia local máxima. Só os produtos das empresas estranxeiras de países asinantes do Acordo de Contratación Pública da OMC serán considerados como estadounidenses.
- A distribución de alcol pode ser libre, limitada, ilegal ou grave, segundo a lexislación de cada Estado. A axencia que se encarga da regulación da exportación do alcol e o tabaco é a TTB. Existen diferentes regulacións en función do tipo de bebida alcohólica: viño, cervexa, licor etc.

Barreiras técnicas

Aínda que a maioría dos produtos pódense importar sen restricións, todos teñen que cumprir coas regulacións impostas polos organismos correspondentes e coas leis sobre certos produtos como é o caso do alcol e cosméticos.

Destácanse as seguintes barreiras técnicas:

- Inspección comercial (custo directo para o importador) das olivas importadas para verificar o correcto cumprimento da Marketing Order.
- A partir do 1 de xullo de 2014, é necesario o escaneado de contedores cun equipo que cumpra coas normas establecidas pola Secretaría de Seguridade Interior, e asegurado cun selo que cumpra cos estándares establecidos pola especificación 17712 da International Organization for Standardization.
- Esixencia (segundo programa "COOL") de que na etiqueta figure o país de orixe para os seguintes produtos: carne picada de tenreira, cordeiro, pito, cabra e porco; mariscos e peixe; froitas e vexetais frescos e conxelados; nozes de macadamia, noz lisa e cacahuets; e ginseng.
- Importación de plantas debe ir acompañada dunha declaración de importación na que se indique: nome científico, valor, cantidade e país de orixe.

Barreiras comerciais

Como se describe a continuación, pódense destacar diferentes medidas sanitarias e fitosanitarias no país.

Por exemplo, existen diferentes normas para a importación de produtos:

- Produtos lácteos (un exemplo é o leite xa que, se é exportada, someterase a diferentes controis co fin de que cumpra a normativa sanitaria tanto animal como de saúde humana).
- Exportación de moluscos bivalvos vivos (obrigatorio para Estados Unidos que estuden e controlen as augas na que se crían os moluscos para detectar, se as hai, coliformes e a bacteria E. Coli).
- Importación de produtos vexetais (longos procesos para conseguir a autorización debido á exhaustiva análise de risco en Estados Unidos con este tipo de alimentos; existe o Departamento de Agricultura de Estados Unidos (USDA) que ten unha base de datos (FAVIR) indicando o que se permite e o que non). [A base de datos pódese consultar en: <https://epermits.aphis.usda.gov/manual/index.cfm?CFID=4180924&CFTOKEN=1991642a930ad651-14235CAC-BFD1-9DF1-11424C5AAD1EC9DA&ACTION=pubHome>]
- Exportación de produtos vexetais: necesítase un Import Permit que deberá ser solicitado pola APHIS. Este proceso realízase a través dun ePermit que pode tardar ata 30 días en ser procesado. [Información adicional sobre o ePermit: https://www.aphis.usda.gov/permits/downloads/ePermits_FAQs.pdf.
- Produtos de orixe bovina e ovino (é necesario cubrir cun proceso de equivalencia de inspección; con respecto á carne de ovino, aínda é necesario esperar a que se permita xa que, a data de hoxe, non están permitidas as exportacións).

Prohibicións

Existen numerosas restricións en diferentes produtos á hora de exportar cara a EE.UU. Por exemplo, está prohibido exportar carne crúa, aínda que se permite a importación de xamón serrano, xamón ibérico, xamón de Parma e paletillas e lombo ibérico, a condición de que os produtos procedan de establecementos e matadoiros autorizados.

Na seguinte ligazón pode ver en detalle cales son as restricións impostas por parte da Administración de EEUU:

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

Documentos comerciais

Os documentos descritos a continuación son os que se requiren para a exportación:

- Factura comercial
- Lista de embalaxe
- Declaración de Exportación dos Remitente
- Certificados e licencias pertinentes en función do produto exportado

Certificados

- Certificado de orixe: a Cámara de Comercio Internacional (CCI) establece que non é un documento obrigatorio senón facultativo, é dicir, que o exportador non ten obrigación de presentalo.

Etiquetas

A FDA é a axencia encargada de verificar e aprobar a etiqueta do produto importado sexa correcta. Existen diferentes regulacións en función do produto: comida, bebida etc.

Fuentes: Cámaras de Comercio de España, FDA e 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 empaquetan 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	
Includes 10g Added Sugars	20%
Protein 3g	
Vitamin D 2mcg	10%
Calcium 200mg	15%
Iron 8mg	45%
Potassium 235mg	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.

Etapa de Transición a la Nueva Etiqueta de Información Nutricional

Compañías pueden y están 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/Labeling/Nutrition/ucm385663.htm

enero de 2018

Fonte: FDA

A continuación, menciónanse os organismos federais e reguladores de interese xeral para as empresas galegas que queiran 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 Réxime aplicable ao investimento estranxeiro

Desde 1976, existe un tratado que se encarga de regular o investimento estranxeiro en EEUU chamado “International Investment and Trade in Services Survey Act”. Con todo, é importante recalcar que cada estado conta coa súa propia normativa para atraer o investimento estranxeiro directo. O organismo competente de Estados Unidos para declarar o investimento é a International Trade Administration que fortalece a competitividade a nivel internacional e industria estadounidense, mentres que se promove o comercio e investimento do país cumprindo as normas, leis e acordos comerciais.

Como datos informativos, e de acordo a Santander Trade, o fluxo de Investimento Estranxeiro Directo (IED) entrante en 2020 diminuíron un 40%, pasando de 261.000 millóns de USD no 2019 a 156.000 millóns no 2020, debido principalmente á redución dos beneficios reinvestidos. De acordo ao último informe Doing Business 2020, Estados Unidos situouse na sexta posición de 190 países con respecto á calidade do seu clima empresarial.

A economía americana é favorable cara á IED brindando moitas oportunidades ao investidor estranxeiro no país. Non existen restricións á propiedade estranxeira de empresas ou á participación en compañías estadounidenses, pero existen casos puntuais relacionados coa seguridade nacional, ou naqueles derivados da lexislación Exon-Florio (o presidente pode bloquear adquisicións de empresas estadounidenses). O investimento estranxeiro recibe o mesmo trato que a nacional. Poden existir diferenzas regulatorias entre diferentes Estados, aínda que a normativa regulatoria resulta bastante homoxénea para o investimento estranxeiro.

Moitas restricións proteccionistas no país fan que certos produtos con orixe estadounidense sexan preferentes para os subministradores baseándose en dous termos legais que son Buy America e Buy American. O primeiro fai referencia ás compras do sector transporte que contan cunha subvención federal, sendo regulados polo Federal Transit Administration (FTA) tendo que estar 100% fabricado no país e materiais de ferro e aceiro tamén extraídos do país (importante sinalar que no caso de ter materiais estranxeiros, estes deberán de estar valorados en \$2,500 ou 0.1% do valor do contrato). Buy American, fai referencia á contratación de bens con subvención federal que teñen que estar 100% fabricados no país sendo a metade do material utilizado de orixe estadounidense.

As maiores restricións atópanse nos sectores de banca, defensa, telecomunicacións e transporte aéreo.

Con todo, existen restricións ao investimento estranxeiro en determinados sectores:

- Comunicacións: unha lei federal esixe a obtención dunha licenza para ser propietario de emisoras de radio ou cadeas de televisión, que non se outorga se a participación estranxeira é >25% do capital, salvo interese nacional.
- Defensa: non se outorga a compañías baixo control estranxeiro a autorización (“ security clearance”) necesaria para poder ser contratado polo Departamento de Defensa.
- Aviación e marítimo: a propiedade estranxeira non pode superar o 25% do capital.
- Xeración eléctrica: realizada a través de centrais nucleares e manipulación de residuos nucleares está vedada para os estranxeiros.
- Banca e seguros: todas as entidades que queiran establecer unha sucursal, filial ou axencia necesitarán solicitar unha licenza para o efecto por parte do *Federal Reserve Board (FRB)*. Moi poucos Estados permiten o establecemento de axencias de seguros. Todas as entidades estranxeiras estarán reguladas polo *International Banking Act (IBA)* - 1978, a *Riegle- Neal Interstate Banking and Branching Act* – 1994, e a *Foreign Bank Supervision Enhancement Act (FBSEA)* – 1991. O fin do control é que se teña un número máximo de sucursais por estado e que os directores de bancos estranxeiros sexan cidadáns americanos.

- Minería: non está permitida a propiedade de ningunha explotación nin xacemento mineiro.
- Enerxía: debido á regulación esixente de leis federais e estatais, na maioría dos casos non está permitido que participen estranxeiros.

As adquisicións e fusións de empresas estadounidenses nas que interveñan sociedades estranxeiras han de ser examinadas polo Comité para o Investimento Estranxeiro. Non existe un Acordo de Promoción e Protección Recíproca de Investimentos entre EE.UU. e España. Aínda que, EE.UU. é membro de MIGA.

Importante destacar que algúns estados contan con restricións adicionais e limitacións á hora de comprar terreos. Entre estes, atópanse California, Carolina do Norte, Dakota do Norte, Illinois, Kansas, Nova Jersey, Nova York, Nevada e New Hampshire.

Con respecto á repatriación de capital ou control de cambios, Estados Unidos non o aplica aos estranxeiros o que significa que existe unha libre circulación de capitais, préstamos e beneficios. A International Revenue Service (IRS), encárgase de que todos os contribuíntes do país cumpran coas responsabilidades tributarias, así como que a lei se cumpra. A IRS persegue todo tipo de branqueo de diñeiro e efectuou a obrigaón de que todos os que saian ou entren de Estados Unidos con máis de \$10.000 USD en efectivo, teñan que declararse en aduanas.

A data de hoxe, Estados Unidos estipulou sancións contra España como as que pode haber con Irán, Cuba, Rusia, entre outros.

4.2 Sistema Fiscal

O ano fiscal será un período de 12 meses que ha de finalizar o último día dun mes natural (excepto nos anos de 52 / 53 semanas), aínda que existen certas particularidades na definición do ano fiscal de determinadas entidades como as empresas con control estranxeiro.

A Administración fiscal e a lexislación en materia de impostos é diferente entre cada un dos ámbitos: federal, dos Estados e das Administracións locais. O Goberno local finánciase a través do Imposto sobre o Patrimonio e, nalgúns casos, do Imposto sobre a Renda (Income Tax). O Goberno do estado faino principalmente mediante o *Sales Tax* (unha especie de Imposto sobre o Valor Engadido), polo *State Income Tax* ou *Franchise Tax* e cun *Property Tax* que é o imposto sobre bens inmoables. O Goberno federal finánciase principalmente a través do Imposto sobre a Renda Federal (*Federal Income Tax*).

As rendas empresariais están suxeitas a un tipo impositivo federal que desde o 1 de xaneiro de 2018 coa aprobación da lei *Tax Cuts and Jobs Act of 2017* reduciuse a un 21%. Algúns estados poden impoñer un imposto sobre a renda entre un 1% e un 12%.

Durante a creación dunha sociedade en Estados Unidos, a maioría das veces non hai unha carga fiscal moi elevada xa que a maioría dos estados contan con beneficios e incentivos.

O Imposto sobre a Renda das persoas físicas é federal e aplícase a todos os americanos e aqueles residentes no país. No caso dos residentes, é necesario ter unha Green Card ou cumprir os requisitos de estancia mínima no país. O imposto sobre a renda liquídase aplicando á base imponible catro baremos diferentes dependendo da situación do contribuínte (solteiros, casados con declaración conxunta, parellas declarando por separado e cabeza de familia [*Head of Household*]) o que fai que varíe a taxa basee entre un 10% e un 37%. A base dependerá do ingreso bruto anual (rendas de traballo, pensións, capital inmobiliario, entre outros). Á vez, pódese optar a deducións que dependen do estado de residencia e cotizacións sociais, seguros sanitarios, entre outros, para obter o ingreso bruto axustado.

É importante destacar que algúns estados empregan as súas propias regras sobre o imposto da renda:



Fonte: Tax Foundation

- 8 estados non aplican o imposto sobre a renda, estes son Alaska, Florida, Nevada, South Dakota, Tennessee, Texas, Washington e Wyoming.
- 9 estados teñen unha tarifa plana (*Flat Rate individual Income Tax*) que son a data 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%) e Pennsylvania (3.07%).
- O estado de New Hampshire, aplica unicamente as taxas aos ingresos correspondentes por ingresos e dividendos.

Imposto sobre a Renda 2022

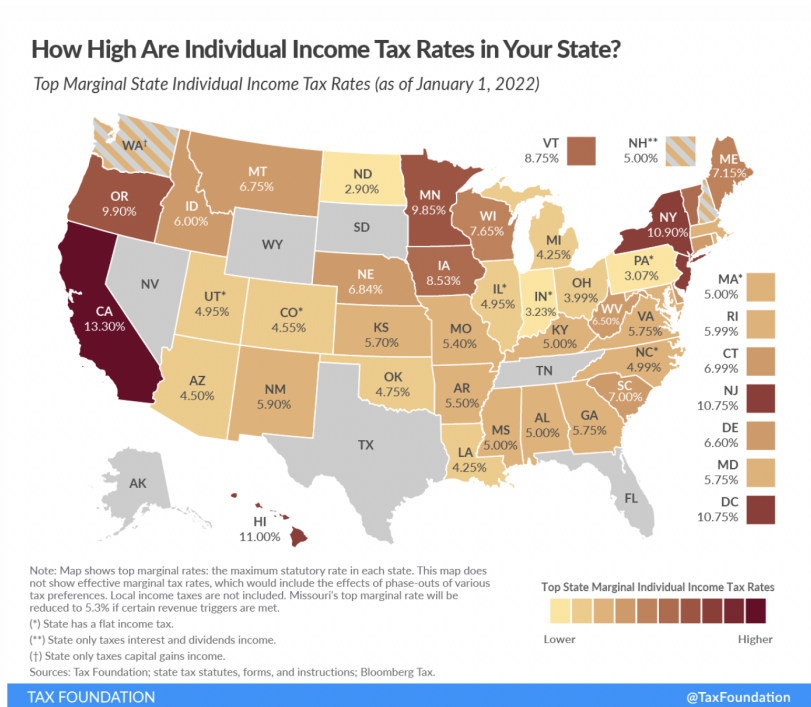
2022 State Individual Income Tax Structures

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

Fonte: Tax Foundation

Para máis información sobre as taxas estatais de Impostos sobre a Renda de persoas físicas por estado, pódese consultar na seguinte páxina do Tax Foundation:
<https://taxfoundation.org/publications/state-individual-income-tax-rates-and-brackets/>

O seguinte mapa representa as taxas do país durante o 2022 de maneira máis visual:



Fonte: Tax Foundation

[\(https://taxfoundation.org/publications/state-individual-income-tax-rates-and-brackets/\)](https://taxfoundation.org/publications/state-individual-income-tax-rates-and-brackets/)

A continuación indícanse os 10 estados coas taxas de impostos sobre a renda máis 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 á imposición sobre o consumo, Estados Unidos non aplica un imposto sobre o valor engadido xa que se aplica o Imposto sobre as Ventas pola maioría de estados, estando entre un 3% e un 7.25%. As empresas téñense que inscribir no *Tax Department* no que se lles dá un certificado de autoridade que lle permitirá empezar a operar.

Florida

Florida, ao non contar con impostos corporativos e Impostos sobre a Renda Persoal, logrou construír unha historia de gastos responsables e altas reservas logrando o maior rating dispoñible de AAA, cun ambiente empresarial de baixos impostos.

Cada estado pertencente a EE.UU. ten o seu propio réxime fiscal. En canto a Florida, o *State Income Tax* adopta a lexislación federal (*Internal Revenue Code* do 1 de xaneiro de 2017), aínda que mantén o seu propio sistema de depreciación e declara expresamente non aplicables determinados artigos do código federal.

Os seguintes conceptos, que son deducibles baixo o réxime federal, deben terse en conta a nivel estatal para calcular a base imponible:

- Intereses derivados de bonos federais, estatais e municipais.
- Determinadas depreciacións.
- Determinadas doazóns

Aplicase un tipo de gravame xeral do 5,5%. Doutra banda, o tipo de gravame do *Alternative Minimum Tax* (AMT) en Florida é do 3,3%. As empresas que queden suxeitas ao *Alternative Minimum Tax* federal deben calcular a súa carga fiscal segundo o réxime ordinario do *State Income Tax* e segundo o AMT, e ingresar o imposto que resultase superior. Unha empresa estará suxeita a un AMT sempre que sexa superior ao *Federal Corporate Income Tax*. A AMT ten unha base imponible que depende dos ingresos e gastos ignorados no *Federal Corporate Income Tax*. O tipo impositivo único é dun 20% sempre que a base imponible sexa superior aos \$40.000 USD.

O exercicio fiscal coincide habitualmente co ano natural. En Florida, o prazo para presentar as declaracións fiscais finaliza o 1 de maio.

Florida somete as vendas polo miúdo, os servizos de almacenamento e os alugueres a un gravame do 6%. En xeral, os servizos de xestión “management services” non están suxeitos ao *Sales Tax*, salvo que estean expresamente mencionados na lei aplicable, así os servizos de administración para o uso de propiedades comerciais ou residenciais pertencen a unha categoría única da lei de Florida. Existen *Sales Taxes* adicionais recadados polas xurisdicións locais, tales como os establecidos polo distrito de transporte ou o distrito do hospital, entre outros. Pódese ampliar a información no seguinte link: <https://www.floridasalestax.com/florida-tax-law-blog/2012/may/what-services-are-subject-to-sales-tax-in-florida/>

A continuación, móstranse os impostos a nivel estatal en Florida:

1. IMPOSTO SOBRE SOCIEDADES. TIPO IMPOSITIVO XENERAL

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

Debe mencionarse que a taxa do imposto sobre sociedades variou nos últimos dous anos, de tal maneira que::

- Antes do 01/01/2019: o imposto sobre sociedades era de 5,5%
- Entre o 01/01/2019 e o 31/12/2021: o imposto sobre sociedades foi de 4,458%
- Despois do 01/01/2022: o imposto de sociedades a volto ao 5,5%

1. SALES TAX

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

Fonte: Elaboración propia. Fonte: Enterprise Florida

Florida ten un Imposto sobre Ventas do 6% aínda que existen excepcións que son un 4% se se trata de máquinas recreativas, 5,5% sobre o arrendamento ou licenza de bens inmobles comerciais e un 6.95% se é sobre electricidade. Con todo, hai varios condados de Florida que teñen un *Discretionary Sales Surtax* (Sobreimpuesto de Ventas Discrecional) en transaccións suxeitas ao imposto estatal.

Todas as persoas que teñan a intención de comerciar deberán inscribirse no *Florida Department of Revenue*, coa solicitude DR-1 obtendo o certificado DR-11. Florida tamén grava a venda de artigos que sexan documentos oficiais, combustibles e gas, tabaco, alcol, minerais, entre outros.

En canto ao sistema impositivo, Estados Unidos conta con impostos federais, estatais e municipais co fin de gravar a renda de persoas físicas e xurídicas. Como xa se mencionou anteriormente, o International Revenue Service (IRS) ao ser a axencia do Tesouro encárgase da administración fiscal, mentres que a nivel estatal e local existen axencias específicas. Existe un Convenio entre Estados Unidos e España para evitar a dobre imposición e prever a evasión fiscal do imposto sobre a renda, en vigor desde 1990. En xullo de 2014 foi publicado no BOCG un Protocolo que modifica devandito Convenio. O 23 de outubro de 2019 publicouse o Protocolo e o seu Memorando de Entendemento, que modifican o Convenio entre o Reino de España e os Estados Unidos de América para evitar a dobre imposición e prever a evasión fiscal respecto dos impostos sobre a renda, e o seu Protocolo. No 2019, modificouse no BOE/BOE. No caso dos dividendos, desaparecía a imposición no país de orixe dos dividendos sempre que o beneficiario sexa dunha sociedade residente noutro estado

contratante e tendo polo menos un 80% de capital con dereito a voto. Os intereses só poderán tributar no estado de residencia (xa non hai tributación en orixe). No caso dos canons, elimínase o gravame someténdose só no estado de residencia.

Florida – Incentivos

Florida conta con diferentes incentivos. Algúns deles son:

- Sen imposto sobre a renda de sociedades en Sociedades Limitadas.
- Non hai imposto sobre a renda das sociedades nas sociedades.
- Sen imposto estatal sobre a renda persoal.
- Sen imposto sobre franquías corporativas sobre o capital social.
- Non se aplica ningún imposto á propiedade a nivel estatal.
- Sen impostos á propiedade sobre os inventarios comerciais.
- Sen impostos sobre as vendas de maquinaria e equipo de fabricación.
- Sen impostos á propiedade de bens en tránsito por ata 180 días.

Tamén conta con diferentes incentivos ofrecendo vantaxes para a rendibilidade a longo prazo para todo tipo de negocios. O **Capital Investment Tax Credit (CITC)** utilízase para atraer e facer crecer diferentes industrias en Florida. O **HIFI** é unha subvención negociada que se utiliza para atraer e facer crecer importantes instalacións de alto impacto en Florida. As subvencións outórganse aos solicitantes pre aprobados polo Departamento de Oportunidades Económicas (DEO). Para participar no programa, o proxecto debe: operar dentro das porcións designadas de alto impacto dos seguintes sectores: enerxía limpa, ciencias da vida, servizos financeiros, sede corporativa, fabricación de equipos de transporte, tecnoloxía da información, fabricación avanzada e semicondutores; crear polo menos 50 novos postos de traballo equivalentes a tempo completo (se é unha instalación de I+D, crear polo menos 25 novos postos de traballo equivalentes a tempo completo) en Florida nun período de tres anos; e facer un investimento acumulada no estado de polo menos \$50 millóns (se é unha instalación de investigación e desenvolvemento, facer un investimento acumulada de polo menos \$25 millóns) nun período de tres anos.

O estado tamén conta cun **Quick Response Training (QRT)**, que ofrece a diferentes negocios un programa para axudarlles coa súa expansión. Xeralmente está dirixido por directivos de empresas. Realízanse en colexios ou universidades públicas e á vez ofrecen asesoramento fiscal no caso de necesitalo. Parecido a este programa, está o **Incumbent Worker Training Program (IWT)** para traballadores de empresas que leven polo menos un ano en Florida, co fin de seguir fortalecendo a economía. Para máis información: <https://careersourceflorida.com/>

Incentivos especiais:

- Os **Rural Incentives**, co que Florida fomenta o crecemento do estado e ofrece axuda adicional aos condados máis rurais. A través do *Rural Community Development Revolving Loan* e o *Rural Infrastructure Fund*, ofrécense axudas para cubrir as necesidades das empresas en áreas máis rurais..
- Os **Urban Incentives**.
- Os **Brownfield Incentives**, para as empresas que se establezan nun terreo industrial contaminado baixo un *Site Rehabilitation Agreement (BSRA)*. Existe un *Brownfield Redevelopment Bonus Refund* no caso que se fomenta a reurbanización e a creación de emprego (pódese chegar a conseguir un reembolso de ata \$2.500 USD por cada emprego creado).
- **Florida Flex Program**: Florida Flex é un programa de subvencións financiado polo estado que axuda ás empresas cualificadas a capacitar aos seus novos empregados netos de tempo completo. Este programa proporciona subvencións para o desenvolvemento e a capacitación de plans de estudos personalizados e baseados en habilidades, a través dun reembolso parcial, a empresas novas ou en expansión nas industrias específicas de Florida. Estas industrias son industrias de alta cualificación, teñen un ben ou servizo exportable e teñen salarios que superan nun 125 por cento os salarios estatais ou locais. O financiamento proporciónase en forma dunha subvención reembolsable baseada no desempeño, por un período máximo de 12 meses. Unha empresa paga os custos directos relacionados coa capacitación previamente aprobados e CareerSource Florida lle reembolsa, a través do axente fiscal, ao presentar a documentación requirida.

5. FONTES

- 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 e Competitividade: www.mineco.gob.es
- Oficinas Económicas e Comerciales de España nos 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 Dobre Imposición: www.agenciatributaria.es/
- Internal Revenue Service: www.irs.gov
- Tratamiento fiscal de extranxeros 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 xuño do 2022