La nueva política comercial estadounidense

La victoria de Donald Trump en las elecciones a la presidencia de EEUU presagia un giro radical en la política comercial norteamericana. El candidato del Partido Republicano ha sido elegido con un programa que promete poner coto a la globalización y detener el proceso de integración comercial sustituyéndolo por un mayor proteccionismo. La enorme dimensión de este cambio tendrá importantes implicaciones en las relaciones de EEUU con la UE.

Jaime Lazareno

Los resultados de las elecciones estadounidenses podrían marcar un antes y un después en lo que históricamente ha caracterizado a la política comercial norteamericana. Donald Trump, el recientemente elegido presidente de EEUU, ha sido muy crítico en campaña con los acuerdos de libre comercio, a los que ha culpado de causar la deslocalización de numerosos grupos empresariales que antes tenían su sede en el país, así como de la creciente desigualdad y de la pérdida de empleos en el sector industrial local. Este discurso ha calado entre votantes que tradicionalmente se habían decantado por el Partido Demócrata, y le ha servido para conseguir apoyos entre las comunidades conformaban el cinturón industrial (el llamado *Rust Belt*), dónde más se han notado los efectos de la globalización.

Los primeros movimientos de Trump como presidente parecen confirmar su propósito de cambiar por completo la agenda comercial estadounidense. En un reciente discurso ha señalado su intención de retirarse del Acuerdo Transpacífico de Cooperación Económica (TPP, por sus siglas

[iStock]/Thinkstock.

en inglés), un tratado rubricado en 2015 que establecía un nuevo marco de libre comercio entre doce países del Pacífico, entre los que destacaban Japón y el propio EEUU, aunque sin incluir a China. En su lugar, Trump ha indicado que perseguirá concluir acuerdos bilaterales con otros países, pero no en el marco de una negociación a gran escala.

Por otro lado, el presidente electo ha declarado que pretende renegociar el Tratado de Libre Co-

SEGUROS PARA EMPRESAS

¿Quién no ha derramado alguna vez el café sobre la mesa?

Pormenores como ese serán lo único por lo que tendrá que preocuparse desde ahora, porque Unicaja le ofrece una amplia gama de Seguros para Empresas que cubren los posibles imprevistos que pueden sucederle en el desarrollo de su actividad profesional.

- SEGUROS DE DAÑOS
- SEGUROS PERSONALES
- SEGUROS DE RESPONSABILIDAD CIVIL
- SEGUROS DE CRÉDITO

Unicaja

mercio de América del Norte (NAFTA, por sus siglas en inglés), acuerdo vigente desde 1992 entre EEUU, México y Canadá, al que en sus actuales términos considera como uno de los principales responsables de la destrucción de empleo local.

La nueva política comercial norteamericana en el marco europeo

A nivel europeo el nombramiento de Trump supone una enorme amenaza para las negociaciones entre Europa y EEUU en relación al Tratado Transatlántico de Comercio e Inversiones (TTIP, por sus siglas en inglés), un acuerdo que perseguía impulsar el flujo bilateral de bienes, servicios e inversiones entre las dos potencias mediante la reducción de aranceles, la armonización de normativas, controles y exigencias administrativas, así como la coordinación de las leyes con impacto en el comercio o la inversión.

Ya en campaña, Trump anunció su completo rechazo al TTIP al que tildó de «gran locura que no se debería permitir». Con estos antecedentes, y aunque como presidente electo Trump no ha anunciado ninguna decisión sobre las negociaciones con la UE, algunos dirigentes comunitarios han señalado que no es realista continuar con las negociaciones como hasta ahora, dado que el paradigma ha cambiado por completo. Si bien no existe un cambio de posición oficial por parte de ninguna de las dos partes, las perspectivas para el acuerdo no parecen especialmente positivas.

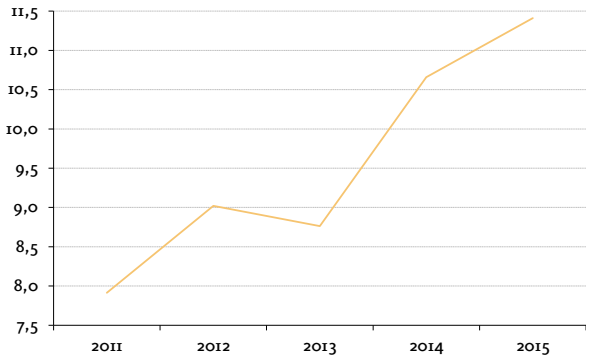
Más allá del destino del TTIP, la retórica de Trump en campaña electoral apuntaba a que la política comercial norteamericana puede experimentar un cambio que iría más allá de la limitación o abandono de nuevos acuerdos comerciales. El programa proteccionista sobre el que cimentó su apoyo en las zonas industriales podría llevar a la imposición de altos aranceles a las importaciones para proteger a los trabajadores estadounidenses de la competencia exterior.

Trump ha sido especialmente duro con la deslocalización de empresas americanas, la mayoría de las cuales se ha trasladado a América Latina y Asia. La intención de Trump de recuperar los empleos que se perdieron como consecuencia de las mismas pasa por imponer nuevas barreras comerciales a las exportaciones procedentes de estas regiones. De ese modo, el recién elegido presidente pretende conseguir que las compañías vuelvan a producir en territorio estadounidense.

¿Qué supondrá la nueva administración para España?

El eventual levantamiento de nuevas barreras comerciales entre EEUU y el mundo podría tener importantes consecuencias para la Unión Europea. España, como Estado miembro de la UE, se vería muy afectada por el seísmo causado por el abandono estadounidense de la histórica posición aperturista que le ha caracterizado. Ello se produciría en un momento en el que el mercado norteamericano está ganando relevancia para España, tal y como acredita el crecimiento de las exportaciones (un incremento medio del 11,98% anual en el período 2011-2015), del número de exportadores (un avance medio del 18,28% anual en el período 2011-2015) y del número de exportadores regulares, esto es, de aquellos que han exportado en los últimos cuatro años consecutivos (un crecimiento me-

Volumen de exportaciones de España a EEUU
(miles de millones de euros)

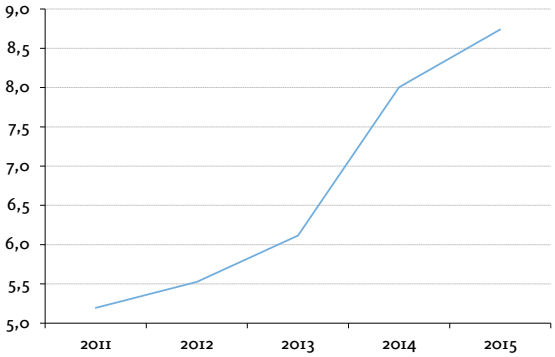


Fuente: *Afi, a partir del Ministerio de Economía.*

SEGUROS PARA EMPRESAS
CUBRA CASI TODOS SUS IMPREVISTOS
¿Quién no ha derramado alguna vez el café sobre la mesa?
Pormenores como ese serán lo único por lo que tendrá que preocuparse desde ahora, porque Unicaja le ofrece una amplia gama de Seguros para Empresas que cubren los posibles imprevistos que pueden sucederle en el desarrollo de su actividad profesional.
• SEGUROS DE DAÑOS
• SEGUROS PERSONALES
• SEGUROS DE RESPONSABILIDAD CIVIL
• SEGUROS DE CRÉDITO
Unicaja

Número de empresas españolas que exportan regularmente a EEUU

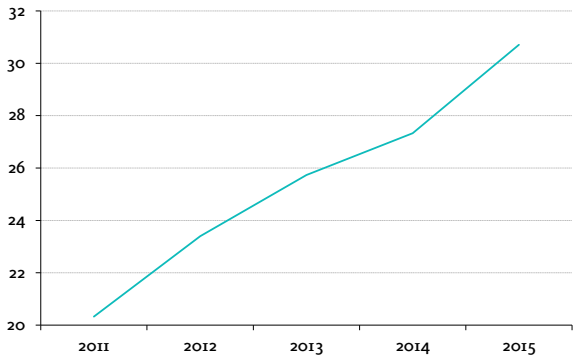
(miles)



Fuente: *Afi, a partir del Ministerio de Economía.*

Número de empresas españolas que exportan a EEUU

(miles)



Fuente: *Afi, a partir del Ministerio de Economía.*

dio del 18,28% anual en el período 2011-2015). Desde el punto de vista sectorial, el mercado norteamericano es especialmente importante para determinados sectores de nuestra economía, como el agroalimentario y el farmacéutico, que no saldrían indemnes del cierre comercial anunciado en campaña por Trump.

No obstante, en comparación con la Unión Europea, España será uno de los países que presumiblemente se verá menos afectado por el giro proteccionista norteamericano. Ello se debe a que el comercio entre EEUU y España es relativamente reducido, y ello a pesar de la enorme dimensión de la economía americana. Actualmente EEUU absorbe el 4,4% de las exportaciones españolas, mientras que sólo el 4,6% de las importaciones españolas proceden de territorio norteamericano. Si nos centramos en la inversión, las compañías estadounidenses invirtieron en nuestro país 1581 millones de euros en 2015, lo que representa un 7,3% de la inversión extranjera. A pesar de la cierta entidad de esta inversión, los expertos apuntan a que estamos ante una presencia tradicional que no tiene por qué revertirse por la llegada de la nueva administración.

La escasa (aunque creciente) exposición al mercado norteamericano se debe a que las exportaciones españolas se dirigen principalmente a la Unión Europea. En 2015 el 70% de las ventas al exterior se cerrarían con el resto de Estados miembros. Ni siquiera la complicada situación económica que está atravesando esta región, así como las débiles perspectivas de crecimiento en el corto plazo, han supuesto un cambio importante en el grueso de los patrones de exportación de las compañías españolas, que continúan considerando la Unión Europea como su principal mercado.

Como consecuencia de lo anterior debemos analizar el giro proteccionista norteamericano como una amenaza más que al comercio actual de España con EEUU, a los intercambios potenciales que parecía anunciar la creciente importancia del mercado norteamericano para nuestros exportadores.

EEUU, una economía menos abierta de lo que parece

Por sectores, los productores de bienes de equipo, de automóviles y de alimentos suponen más del 50% de las exportaciones españolas a EEUU. Los portavoces de estas industrias, si bien consideran que el giro proteccionista que se está desarrollando a nivel global y del que el nombramiento de Trump constituye la máxima expresión es malo para sus intereses, señalan que el mercado nortea-

mericano es menos abierto de lo que comúnmente se cree. EEUU cuenta con numerosos aranceles y regulaciones que impiden la normal entrada de las exportaciones procedentes de otros países. Eran precisamente estas barreras las que las negociaciones entabladas entre en torno al TTIP pretendían erradicar, o al menos limitar de manera sustancial.

Una buena prueba de la existencia de un cierto proteccionismo latente en EEUU puede hallarse en el registro de numerosas denuncias por prácticas contrarias al libre comercio – existencia de aranceles o de regulaciones de corte proteccionista – del que da cuenta la Secretaría de Estado de Comercio norteamericana, que habilita una página web para tramitar este tipo de reclamaciones. En los últimos doce meses se han registrado dieciséis denuncias por prácticas contrarias al libre comercio. Las empresas españolas han sido víctimas de esta circunstancia, tal y como acredita un informe de la Secretaría de Estado de Comercio en el que se señala que se están imponiendo importantes aranceles a diversos productos como el tabaco, los cacahuetes, las frutas y verduras, los tejidos de lana, calzado, azulejos y baldosas y vajillas cerámicas para hostelería. En el caso de los azulejos puede apreciarse claramente el agravio comparativo soportado por las exportaciones procedentes de España mediante el hecho de que mientas sobre los productos españoles se impone un arancel del 8,5%, competidores directos como Brasil y México no soportan aranceles de ningún tipo como consecuencia de los acuerdos entre EEUU y Mercosur.

Si centramos nuestro análisis en las barreras no arancelarias podemos observar como la heterogeneidad regulatoria resulta especialmente lesiva para las exportaciones de alimentos. Una denuncia registrada a principios de año señala como contrario al libre comercio el requisito impuesto sobre las empresas exportadoras de tener que pasar por una triple cadena de intermediarios para poder comercializar sus productos en el mercado norteamericano. El hecho de que en cada uno de los eslabones de esta cadena deba abonarse el pago de impuesto al tiempo que los proveedores locales pueden operar con el mero requisito de obtener una licencia, ilustra como de lesiva puede resultar la desigualdad regulatoria.

Especialmente relevantes para las exportaciones españolas son las barreras que se ciernen sobre la venta de carne de vacuno, uno de los sectores más protegidos de la economía estadounidense. La comercialización de carne no procesada procedente de nuestro país está directamente prohibida a excepción del jamón serano, ibérico o paletilla. En estos casos es posible vender al mercado norteamericano con la condición de que el animal haya sido tratado y sacrificado en un local que cuente con la autorización del gobierno estadounidense. La ampliación de esta excepción a toda la carne de vacuno era uno de los puntos en relación a los cuales España estaba presionando de manera más insistente en el marco de las negociaciones sobre el TTIP.

Quizá podemos encontrar el caso más representativo de la vena proteccionista de la economía norteamericana en el sector de la compra pública. Con carácter general, en la contratación pública existe preferencia por los proveedores locales, y en algunos casos incluso se exige que el producto se haya elaborado con materiales 100% estadounidenses, o que el ensamblaje final tenga lugar en territorio norteamericano. Únicamente no se aplican estas cláusulas cuando hacerlo implique una elevada carga para el gobierno por su alto coste, cuando el producto no esté disponible para el mercado doméstico en la cantidad que se requiere, o que resultase en beneficio del interés público.

En el caso de la automoción, los productores españoles vendieron en 2015 42.433 vehículos a EEUU, lo que apenas supone el 2,87% del total de automóviles importados por el gigante americano.

En este caso, sin embargo, el problema no deriva de la existencia de aranceles, sino del hecho de que la legislación norteamericana no reconoce muchos de los componentes empleados en la producción del vehículo, por lo que si quieren operar en el mercado estadounidense los productores deben asumir un coste (de homogeneización regulatoria) que les restaría competitividad en general.

Un sector que depende proporcionalmente más del mercado norteamericano que en el caso de las mercancías es el de las ventas de servicios no turísticos, especialmente en lo relativo al negocio bancario y la construcción. En el caso del turismo, el procedente de EEUU únicamente representa poco menos del 3% del total, dato que palidece ante el 20-25% constituido por el turismo británico.

Estos datos parecen derribar, al menos en parte, el mito de la economía norteamericana como un mercado abierto a la competencia exterior. El hecho de que el margen para imponer medidas contrarias al libre comercio sea menor de lo que comúnmente se piensa puede implicar que el alcance del giro de la política comercial norteamericana acabe siendo limitado. Si bien España está menos expuesta al mercado estadounidense que otros Estados miembros de la Unión Europea, la decisión de cerrar la economía norteamericana a la competencia externa podría dañar la evolución de los intercambios comerciales entre los dos países en un momento en el que las ventas a Estados Unidos están ganando cada vez más peso entre los exportadores de nuestro país::