

Juan María Nin\*

Luis Torras\*\*

# LAS RELACIONES ESPAÑA-ESTADOS UNIDOS: UNA MIRADA DE FUTURO

*Los lazos entre España y Estados Unidos son fuertes y marcados por un fuerte componente histórico y cultural. Esta buena sintonía política e institucional no tiene una traslación directa en el ámbito económico e inversor. La mejor forma para desarrollar el flujo exportador a EE UU es invirtiendo allí. Además, Estados Unidos ofrece un ecosistema fértil para la actividad empresarial como se desprende de la mayoría de indicadores de competitividad y transparencia, y constituye una importante plaza estratégica desde la que abordar otros mercados tanto en América Latina como en otros países de la cuenca del Pacífico.*

**Palabras clave:** exportaciones, inversión, estrategia, TTIP, internacionalización.

**Clasificación JEL:** F13, F21, L1.

*«Estados Unidos no se han formado exclusivamente a partir de las islas británicas [...] [...] a esta futura identidad americana compleja, el carácter español aportará algunos de sus componentes más necesarios. Ningún otro patrimonio posee un acervo histórico más grandioso.»  
Walt Whitman (1819-1892)<sup>1</sup>*

## 1. Introducción

Las relaciones entre España y Estados Unidos están marcadas por un fuerte lazo histórico y cultural. Esta afinidad se ha traducido en unas excelentes relaciones diplomáticas e institucionales que, sin

embargo, no se han sabido trasladar con la misma intensidad al ámbito económico y financiero. Las ventas de España en EE UU, así como el volumen inversor en este último país, están lejos de su potencial pese al gran crecimiento experimentado en la última década. Desde el estallido de la gran crisis financiera, nuestro sector exterior ha recobrado fuerza llegando a suponer un 34 por 100 del PIB, lo que ha permitido corregir, en relativamente poco tiempo, el abultado déficit comercial que España acumuló durante los años anteriores a la crisis. Además, el crecimiento de nuestras ventas al exterior ha sido más intenso en aquellos mercados en donde nuestra presencia era más débil, lo que ha permitido una mayor diversificación del componente exportador que hoy es menos dependiente de la coyuntura de la zona euro. Pese a todo, existe un gran potencial de mejora en el crecimiento de nuestras exportaciones y flujos de inversión hacia otros países fuera de los que configuran nuestro entorno más

---

\* Presidente de la Fundación Consejo España-Estados Unidos

\*\* Consultor y Socio de RELIANCE PARTNERS.

<sup>1</sup> Walt Whitman. «The Spanish Element in Our Nationality», Philadelphia Press, 20 de julio de 1883; luego publicada en The Complete Prose Works of Walt Whitman (1892), part V: November Boughs. Disponible íntegra en Internet: <http://www.bartleby.com/229/5004.html>.

inmediato, y muy especialmente en relación al mercado norteamericano.

En clave doméstica, España ha realizado una importante devaluación interna acompañada de reformas estructurales que le ha permitido recuperar competitividad a todos los niveles con respecto al resto de socios europeos. Las reformas emprendidas en el ámbito laboral han permitido corregir ciertas disfuncionalidades en el mercado de trabajo que parece que lentamente, empieza a recuperarse. También la reforma de las pensiones se plantea en función de la estabilidad futura. Y en cuanto al proceso de consolidación y reforma del sistema financiero ha permitido fortalecer la solvencia del conjunto de entidades de crédito que vuelven a estar en disposición de reactivar el circuito del crédito.

En clave internacional la actual coyuntura resulta especialmente favorable para el comercio exterior y la inversión. El petróleo previsiblemente, se moverá por debajo de los 60 dólares el barril durante todo el ejercicio, un euro débil facilita las exportaciones europeas, y las políticas del Banco Central Europeo permiten un acceso al crédito excepcionalmente barato, tanto para circulante como para inversiones a largo plazo. También el mercado de deuda corporativa en detrimento del crédito bancario tradicional se desarrolla con fuerza, tendiendo a equiparar el peso de esta fuente de financiación en Europa al que ya existe en EE UU.

En definitiva, se dibuja un escenario propicio para que el sector privado intensifique su actividad exportadora e inversora con especial atención a aquellos países que quedan fuera de nuestra área natural de influencia. Dentro de este esquema general por diversas razones como ahora detallaremos, EE UU se sitúa como un destino estratégico en el que invertir los próximos años. Más difícil que otros mercados, pero con un menor nivel relativo de riesgo y más profundidad de mercado.

Pese al auge de los países emergentes, EE UU sigue jugando un papel preeminente en el escenario geopolítico y económico global. En el nuevo siglo y en

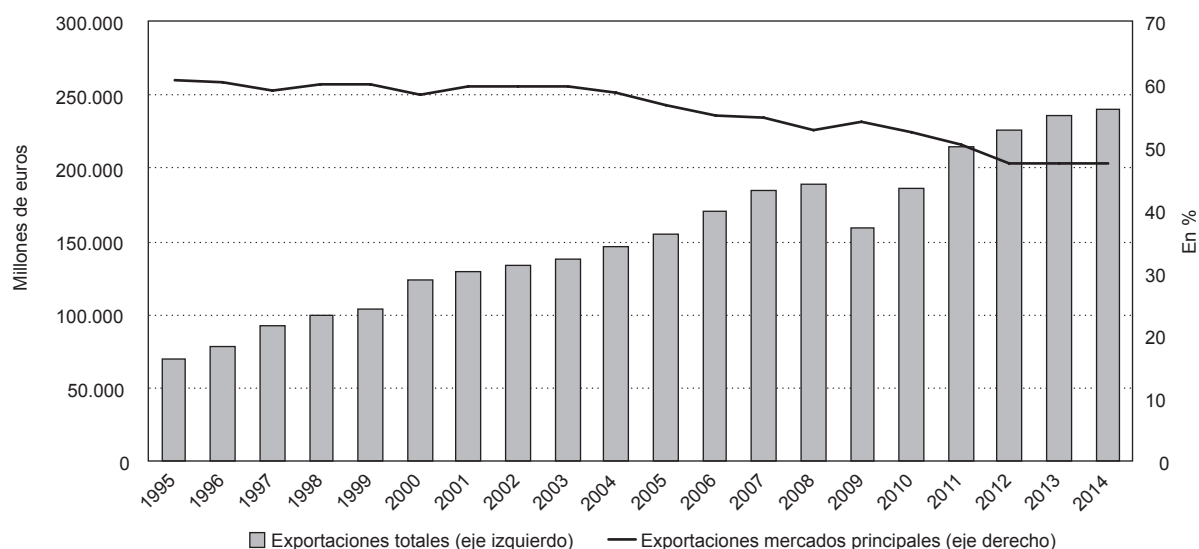
muchos ámbitos, su papel seguirá siendo muy relevante. Es la primera potencia tecnológica, económica y académica del mundo, además de tener una posición de clara ventaja en muchos de los sectores de vanguardia que configuran el paradigma de la nueva economía. También gracias a las nuevas técnicas de exploración de hidrocarburos no convencionales, ha reducido enormemente su dependencia energética con el exterior y, en los próximos años, podría consolidarse en potencia exportadora neta de energía. Esto supone un cambio geopolítico de gran importancia abriendo nuevas oportunidades a las empresas del sector y aquellas con una dependencia importante en el coste de la energía.

Por último, tanto la UE como EE UU, han asumido el compromiso de avanzar en las negociaciones del futuro Tratado Transatlántico de Libre Comercio e Inversión (TTIP por sus siglas en inglés). Un acuerdo que tiene como principal objetivo establecer un marco de integración común entre ambos mercados que reduzca las barreras no arancelarias que a día de hoy aún limitan el potencial económico y financiero del vínculo atlántico, especialmente para las pymes.

En este contexto, nuestro propósito con este artículo es doble. Primero, hacer un rápido repaso a la evolución de nuestras exportaciones y posición inversora en el exterior, tanto a nivel global como de manera específica en nuestras relaciones con EE UU, para conocer nuestra posición de partida y la buena evolución reciente que debemos poner en valor. Segundo, señalar algunas consideraciones estratégicas y principales retos a los que se enfrenta la relación bilateral entre ambos países y su enorme potencial de futuro. Nuestra tesis es que EE UU es una plaza estratégica para el conjunto de empresas españolas para la próxima década a la que no solo hay que ir a vender, sino en la que, sobre todo, hay que ir a invertir. Hacerlo con éxito supone un cambio en el perfil de riesgo de nuestra economía y una ganancia en potencial de crecimiento muy relevante. Se trata de una de nuestras mejores palancas de crecimiento en el exterior a nuestro alcance.

GRÁFICO 1

EXPORTACIONES ESPAÑOLAS A MERCADOS PRINCIPALES DE EUROPA, 1995-2014



NOTA: \* Porcentaje de las exportaciones españolas a Francia, Alemania, Reino Unido, Italia y Portugal.

FUENTE: DataComex.

## 2. Vista general de las relaciones comerciales entre España y Estados Unidos

Sin ánimo de ser exhaustivos, veamos algunas de las cifras sobre la relación atlántica para poner en contexto el objeto de estas observaciones. En 2014, el conjunto de las exportaciones de bienes y servicios de España representaron un 34 por 100 del PIB, lo que supone un incremento superior a diez puntos porcentuales con respecto a 2009. Se trata de un porcentaje superior, por ejemplo al del Reino Unido (31 por 100), Italia (30 por 100) o Francia (27 por 100), aunque aún lejos de grandes potencias exportadoras como Alemania (50 por 100) u Holanda (88 por 100). Prácticamente dos terceras partes de nuestras ventas en el exterior, un 67 por 100, son exportaciones de bienes, unos 240.000 millones de euros en 2014; partida a la que se suman cerca de 117.000 millones de euros en concepto de ventas de servicios. Bienes de

equipo (21 por 100), productos agroalimentarios (15 por 100), automóviles y componentes para la automoción (14 por 100) y productos químicos (14 por 100), son las principales categorías que, con ligeras variaciones, han configurado nuestro *mix* exportador durante los últimos años<sup>2</sup>.

Desde el punto de vista geográfico, el grueso de las exportaciones españolas se ha dirigido históricamente a los mercados europeos (Gráfico 1). En 2014, pese al enorme esfuerzo por diversificar nuestras ventas fuera, las exportaciones a nuestros cinco mercados principales (Francia, Alemania, Reino Unido, Italia y Portugal), sumaron 114.326 millones de euros, un 48 por 100 del total. Este porcentaje se eleva al 62 por 100 si contamos

<sup>2</sup> Para un análisis detallado de la evolución en nuestro sector exterior ver *El sector exterior 2000-2013*, Confederación Española de Organizaciones Empresariales (CEOE), mayo 2014. Informe disponible en Internet: [http://www.ceoe.es/resources/image/sector\\_exterior\\_2000\\_2013.pdf](http://www.ceoe.es/resources/image/sector_exterior_2000_2013.pdf).

el conjunto de la Unión Europea. En 1999, un año después de la puesta en marcha de la unión monetaria, la importancia de los países europeos en nuestro *mix* exportador llegó a su cuota máxima, representando un 60 por 100 y 74 por 100 respectivamente.

Si vemos la evolución reciente de nuestras ventas a EE UU (10.630 millones de euros en 2014, representan tan solo un 4,4 por 100 sobre el total de nuestro *mix* exportador pese a la gran relevancia del mercado americano (Gráfico 2)<sup>3</sup>. En 2014, EE UU importó de la UE 562.700 millones de euros. Esto arroja una cuota de tan solo el 1,9 por 100 dentro del mercado americano sobre el conjunto de países de la Unión. Esta cuota baja al 0,47 por 100 si tenemos en cuenta el conjunto de compras al exterior de EE UU en 2014<sup>4</sup>. El peso relativo de nuestra cuota ha ido bajando paulatinamente a medida que EE UU ha ido diversificando sus compras y ha pasado de un 0,58 por 100 en 1992 al 0,47 por 100 actual. A nivel absoluto las cifras de nuestras ventas en EE UU han crecido de manera acelerada cuadruplicándose desde 1994. Esto convierte a EE UU en nuestro principal socio comercial fuera de la UE. Nuestro volumen de ventas en EE UU es ligeramente inferior a las exportaciones de países como Singapur u Holanda, y un poco superior al de países como Chile y Austria. Con todo, nuestras ventas a EE UU siguen estando por debajo de su potencial y es de esperar que su peso relativo, dentro de nuestro *mix* exportador, siga creciendo en los próximos ejercicios. Hemos mejorado en volúmenes pero no en nota y, por tanto, el potencial de crecimiento es grande.

Como decíamos, desde la llegada de la crisis, España ha hecho un esfuerzo muy importante por

diversificar sus ventas al exterior. Nuestro sector exterior sigue siendo muy dependiente de la coyuntura de la eurozona, lo que hace que sea muy procíclico. En los últimos años, y especialmente tras la crisis económica, hemos visto cómo el crecimiento económico global se distribuía de manera muy desigual entre países desarrollados y emergentes en claro beneficio de estos últimos. Es en estos mercados donde se están experimentando mayores tasas de crecimiento, es también donde nuestra presencia inversora es menor, en muchos casos, testimonial. Sin embargo, esta situación tiende a revertir a favor de países más desarrollados y EE UU aparece otra vez como el más atractivo.

La relativamente baja presencia de exportaciones españolas en EE UU tiene un par de capítulos que merecen un breve comentario y que no sirven como referente. Nos referimos a las partidas del vino y del aceite en donde, pese a nuestra relevancia como productores, nuestra cuota en el importantísimo mercado americano es aún reducida. Veamos primero el caso del aceite.

España ha ganado cuota en las importaciones del mercado americano del aceite, que erosionan la participación de su principal competidor: Italia. De este modo, la cuota del aceite española ha dado un salto sustancial pasando del 13 por 100 en 1992 a un 24 por 100 en 2014, lo que supone una penetración considerable. Pese a este gran aumento en las ventas de aceite, Italia sigue teniendo una cuota de mercado superior al 50 por 100 en esta partida y se ha de seguir trabajando para mejorar el posicionamiento del aceite español. El mercado de importación de aceite de oliva en EE UU supera los 1.000 millones de dólares anuales<sup>5</sup>.

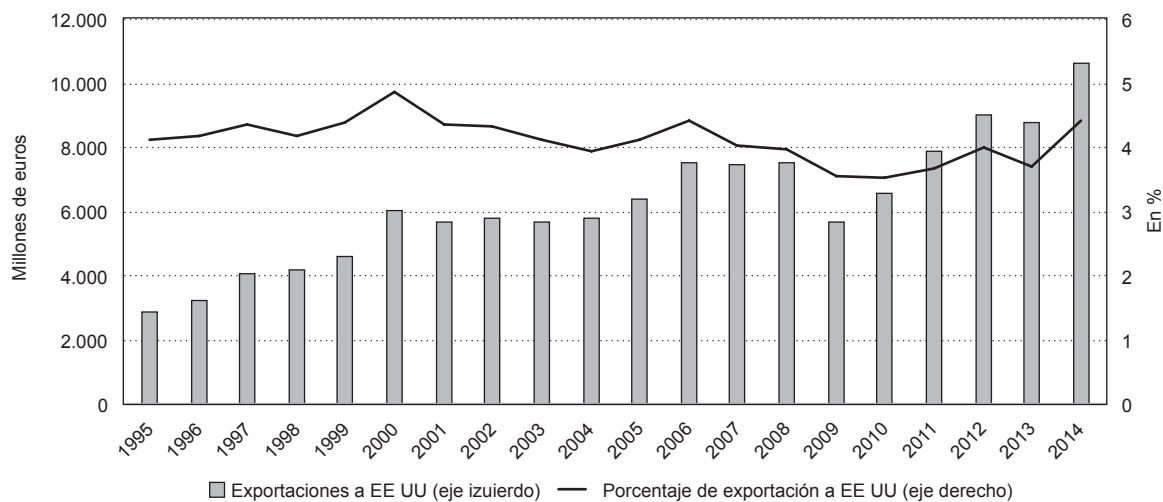
El caso del vino también es singular. En 1992, España exportó cerca de 80.000.000 de dólares en vino, lo que representó una cuota del 6,9 por 100 con respecto al total de vino comprado al exterior por parte de EE UU. Francia e Italia dominaban entonces el

<sup>3</sup> Los datos con respecto a las exportaciones y datos de comercio exterior de España están sacados de los datos que facilita el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo a través de la base de datos DataComex. Las exportaciones de bienes de España a EE UU han pasado de los 2.875 millones de euros en 1995, a los 10.643 millones en 2014. El total de importaciones de bienes y servicios de EE UU en 2014 ascendió a los 2,8 billones de dólares (más de dos veces el tamaño de la economía española) según datos del *Bureau of Economic Analysis* (BEA).

<sup>4</sup> Los datos de las importaciones de EE UU están calculados a partir de los datos que facilita el *Bureau of Economic Analysis* (BEA).

<sup>5</sup> En millones de dólares CIF, partida 15.09, *US International Trade Commission*.

**GRÁFICO 2**  
**EXPORTACIONES ESPAÑOLAS A ESTADOS UNIDOS**  
(En millones de euros y %)



FUENTE: DataComex.

mercado, también ahora, con cuotas del 45,9 y el 28,7 por 100 respectivamente. En 2012, las ventas de vino español en EE UU siguen teniendo una cuota marginal, un 6,4 por 100 sobre el total, en comparación con nuestra importancia relativa como productores. Por su parte, países como Australia, Argentina y Chile, con cuotas inferiores a la de España en 1992, han conseguido hacerse un hueco en el competitivo mercado estadounidense y partiendo de cuotas inferiores al 3,5 por 100 en 1992, han conseguido elevar su cuota sobre las importaciones de vino por encima de las ventas de vino español, alcanzando cuotas del 10,8 por 100, 8,2 por 100 y 7 por 100 respectivamente. En 2013, EE UU compró vino al exterior por valor de 9.126 millones de dólares. Esta magnitud implica que, un incremento de nuestra cuota del 3,5 por 100 actual hasta un 10 por 100 —nivel similar al de Australia—, supondría un crecimiento en nuestras ventas globales a EE UU de más de 580.000.000 de dólares anuales.

Y, parece lógico pensar, nuestros vinos tienen una calidad más que suficiente para rivalizar con sus competidores australianos, argentinos o chilenos, tema que exploran los empresarios del sector<sup>6</sup>.

Con respecto al capítulo de importaciones, España realizó compras en EE UU por valor de 10.311 millones de euros en 2014, lo que supone un 3,9 por 100 sobre el total de nuestras compras en el exterior. Este importe supone que, por primera vez en las últimas dos décadas, España ha logrado un ligero superávit comercial con EE UU. Básicamente nuestras compras a EE UU crecieron enormemente hasta el advenimiento de la crisis, pasando de los 5.537 millones de euros a los 11.283 millones en 2008. Desde entonces, nuestras compras a

<sup>6</sup> Para una radiografía completa de las exportaciones e importaciones entre España y EE UU ver el análisis detallado que hacen MERRY DEL VAL, F.; IZAGUIRRE, J. y PÉREZ, N. «Las relaciones económicas entre España y los EE UU», *Boletín Económico de ICE* N° 3039, mayo 2013, Cuadros 8 y 9.

EE UU se han ido atemperando en sintonía con la tónica observada en el conjunto de nuestras importaciones a nivel global. De forma análoga a lo que ha sucedido en la mayoría de economías desarrolladas, nuestro *mix* importador se ha ido fragmentando de manera acelerada disminuyendo el peso relativo de nuestros socios comerciales tradicionales, en favor de nuevas economías emergentes<sup>7</sup>.

Por último, con respecto al capítulo de servicios, cabe destacar que EE UU es nuestro segundo cliente fuera de la zona euro, representando un 7 por 100 sobre nuestras exportaciones de servicios, solo por detrás del Reino Unido con un 20 por 100 de cuota. Según datos del Banco de España, en 2013 las exportaciones españolas de servicios a EE UU alcanzaron 7.647 millones de euros, frente a los 8.209 millones en 2012. Con respecto a las importaciones españolas de servicios estadounidenses, estas alcanzaron 5.950 millones, frente a 6.500 millones en 2012. De nuevo, EE UU es el segundo proveedor de servicios de España fuera de la zona euro (8,7 por 100 del total), por detrás del Reino Unido (21,7 por 100).

De todo lo anterior extraemos tres mensajes. Por un lado, la importancia estratégica que tiene para España diversificar sus ventas al exterior, al margen de los países de la Unión Europea, en los próximos años. En este sentido, muchas empresas tienen que repensar si, tras años vendiendo a mercados con los que ahora no únicamente compartimos un marco regulatorio común, sino con los que también compartimos divisa, podemos seguir hablando de exportación con respecto a estas ventas. Teniendo en cuenta

este hecho, muchas compañías deberían recalcularse el esfuerzo real que realizan por aumentar sus ventas e inversiones fuera de su área natural de influencia. No en vano solemos referirnos muchas veces a la Unión Europea con el calificativo de mercado común. Segundo, en este escenario, EE UU es un mercado dinámico y en crecimiento, en donde la cuota de nuestras ventas tiene un claro recorrido al alza. Tercero, cualquier avance en EE UU mejora nuestro perfil de riesgo exportador e inversor y añade un potencial de crecimiento superior al de otras áreas económicas.

Antes de pasar a comentar el flujo inversor entre ambos países, un breve comentario sobre algunas de las iniciativas que se están llevando desde los poderes públicos y las relaciones institucionales entre ambos países y que, claramente, avanzan en la buena dirección en estos mensajes. En 2009, el Ministerio de Asuntos Exteriores incluyó a EE UU como país estratégico y elaboró desde entonces diversos planes integrales de desarrollo de mercado (PIDM). Dichos planes tienen el objetivo último de mejorar nuestro posicionamiento en EE UU para reforzar la imagen de España como socio tecnológico importante, al margen, de los atributos tradicionales con los que se suele asociar a nuestro país; es decir turismo y cultura, principalmente. Este es un posicionamiento natural y lo que hay que analizar es cómo se le saca el mayor provecho posible. Este refuerzo de nuestra imagen se ha llevado a cabo con una serie de acciones dentro del marco *Made in Spain* que han supuesto visitas de rango ministerial a los 50 Estados.

Reforzar los lazos institucionales siempre es importante, y el sector privado en su conjunto debe estar al tanto de estas iniciativas y saber aprovechar las ayudas a la exportación o el soporte puntual que puedan brindar las diferentes oficinas comerciales. No en vano, al igual que urge diversificar nuestras ventas, conviene intensificar los recursos del Instituto Español de Comercio Exterior (ICEX) y destinarlos a aquellos países relevantes y con gran potencial de

<sup>7</sup> Especialmente resulta el caso de China que ha pasado de tener una cuota sobre nuestras exportaciones marginal, el 2,2 por 100, en 1995, a ser uno de nuestros principales proveedores con una cuota del 13,8 por 100 en 2014 (una cifra mayor que el total de nuestras compras al Reino Unido o a Portugal). En el mismo periodo de tiempo, nuestros primeros cinco socios comerciales (Francia, Alemania, Reino Unido, Italia y Portugal) han pasado de representar más de la mitad de nuestras compras en el extranjero, un 52,7 por 100, a representar únicamente un 37,2 por 100. DataComex, Ministerio de Industria, Comercio y Turismo.



crecimiento en los que nuestra cuota de mercado sigue siendo aún muy marginal. En este sentido, el Plan estratégico del ICEX para 2014-2015, presentado en Madrid en febrero de 2014, avanza en la buena dirección y plantea una serie de acciones que han de permitir el avance y consolidación de nuestro sector exterior fuera de lo que han sido nuestros mercados principales y cuyo recorrido, en muchos casos, está prácticamente agotado<sup>8</sup>.

### 3. Las oportunidades y el atractivo inversor de Estados Unidos

De todas las iniciativas para mejorar nuestras ventas en EE UU la de mayor alcance e impacto en todos los sentidos es la inversión directa. Establecer una filial, adquirir parte o la totalidad de una compañía americana o establecer algún tipo de *joint-venture* con un socio local en EE UU, es la manera más efectiva de capturar las múltiples oportunidades que ofrece un mercado tan dinámico, cambiante y competitivo como el estadounidense.

Existen varios elementos que, y no es casualidad, convierten a EE UU en el primer destino de los flujos de inversión directa extranjera a nivel global. En primer lugar, el ordenamiento jurídico americano es de los mejores y más sólidos del mundo. EE UU ofrece un entorno de gran seguridad a la inversión, un mercado laboral dinámico y muy cualificado, y un régimen fiscal favorable al ahorro, el capital y el talento. En el último informe de competitividad del *World Economic Forum*, EE UU figura en el puesto número tres del *ranking* entre 144 países, solo por detrás de Suiza y Singapur, siendo el tamaño del mercado americano muchísimo mayor, con las oportunidades que este

factor por sí solo ya implica<sup>9</sup>. El Banco Mundial en su índice *Doing Business*, que evalúa la calidad de los diferentes marcos normativos y regulatorios a nivel global, sitúa a EE UU en el puesto número cuatro, y describe la economía americana como una en donde es más fácil y rápido establecer una sociedad anónima y en donde el sistema financiero es más competitivo y eficiente<sup>10</sup>. El atractivo del mercado americano incluye también sus instituciones políticas. Según Transparencia Internacional, EE UU se encuentra entre los países menos corruptos del mundo<sup>11</sup> y según el *World Justice Project* su marco jurídico y legislativo es de los más sólidos<sup>12</sup>.

Todo lo anterior, como decíamos al introducir el apartado, se traduce en el hecho de que, año tras año, la economía americana es la mayor receptora de inversión extranjera del mundo según los datos de UNCTAD. La inversión directa extranjera en EE UU medida en términos de *stock* acumulado fue de 2,8 billones de dólares en 2013, un 16 por 100 del PIB estadounidense<sup>13</sup>. EE UU representa así un 19 por 100 sobre el total de *stock* de inversión extranjera total. Por su parte, el conjunto de la UE suma un 34 por 100, y el conjunto de países emergentes un 10 por 100. Solo en 2013, el flujo inversor en EE UU fue de 236.000 millones, una inyección muy superior a los 166.000 millones de flujo inversor en 2012. A nivel global, los flujos de inversión se incrementaron un 9 por 100 con respecto a 2012 hasta

<sup>8</sup> El plan estratégico del ICEX es un documento que vale la pena leer con detenimiento. Está disponible en Internet y puede consultarse en el siguiente link: [http://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento\\_anexo/mde0/mjgw/~edisp/dax2014280485.pdf](http://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento_anexo/mde0/mjgw/~edisp/dax2014280485.pdf).

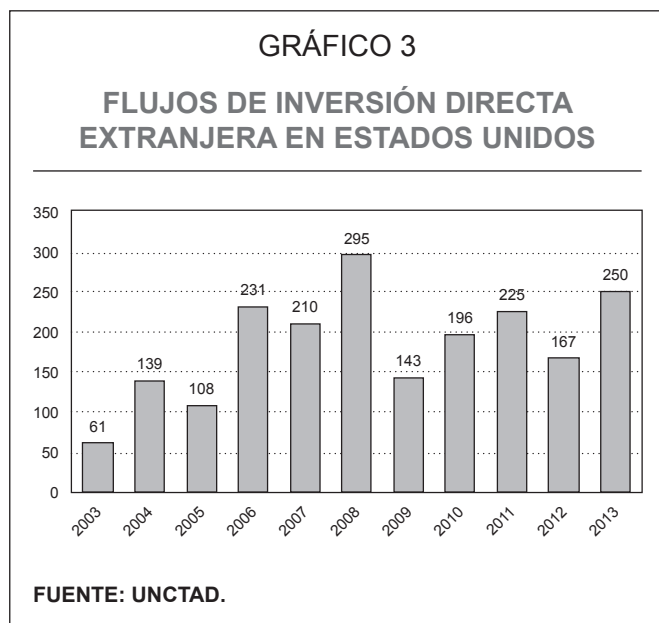
<sup>9</sup> Estados Unidos tiene una puntuación global de 5,54 siendo 7 el nivel de máxima competitividad. Suiza puntúa 5,70 y Singapur 5,65. España figura en el puesto 35 con un 4,55 puntos. Ver SCHWAB, K (ed.). *The Global Competitiveness Report 2014–2015*, World Economic Forum, Ginebra 2014.

<sup>10</sup> *Doing Business 2014*. Entendiendo las regulaciones para las pequeñas y medianas empresas, Banco Mundial, Washington DC, 2014.

<sup>11</sup> En el último *ranking* del Índice de Percepción de la Corrupción, EE UU puntúa 74 puntos, formando parte del grupo de los países considerados como poco corruptos. España tiene una puntuación de 60.

<sup>12</sup> En el Rule of Law Index 2014 del World Justice Project que evalúa la solidez de las instituciones políticas y jurídicas de un país, EE UU saca una puntuación global de 0,71 (posición 19 entre 99 países analizados). España, por su parte, figura en el puesto 24 con una puntuación de 0,66.

<sup>13</sup> Los datos sobre los flujos y el *stock* de inversión directa extranjera en EE UU están extraídos del BEA (últimos datos disponibles). Datos disponibles en Internet: <http://bea.gov/international/di1fdiop.htm>.



los 1,45 billones de dólares. Estados Unidos captó un 16,5 por 100 de este flujo inversor<sup>14</sup>. La consultora AT Kearney elabora un índice de confianza sobre la inversión extranjera y sitúa a este país como el principal mercado en el que invertir por los condicionantes políticos, financieros y económicos en 2014<sup>15</sup> (Gráfico 3).

Estos elementos no han sido ajenos para las empresas españolas, que en los últimos años han intensificado —y es previsible y deseable que la tendencia se intensifique— sus inversiones en EE UU. En 2008, según datos de la Secretaria de Estado de Comercio la posición inversora de España en EE UU era de 32.731 millones de euros. En 2011 este *stock*

<sup>14</sup> Los datos son los últimos disponibles de la base de datos de la UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development), recogidos en el Foreign Direct Investment in the United States - 2014 Report que elabora cada año la Organization For International Investment de Washington. Informe disponible en Internet: <http://www.ofii.org/sites/default/files/FDIUS2014.pdf>. Ver también el World Investment Report 2014 que elabora la UNCTAD cada año: [http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2014\\_en.pdf](http://unctad.org/en/PublicationsLibrary/wir2014_en.pdf).

<sup>15</sup> AT Kearney 2104 FDI Confidence Index: <http://www.atkearney.es/research-studies/foreign-direct-investment-confidence-index/full-report>. EE UU también fue considerado el mercado de mayor confianza para invertir en 2013 y 2012.

inversor se había incrementado hasta los 48.000 millones. Según datos de la BEA estadounidense, el flujo inversor de España a EE UU fue de 1.575 millones de euros en 2012 y de 1.605 en 2013. En la actualidad, la posición inversora de España en EE UU se estima que está próxima a los 51.180 millones de euros, lo que supone un incremento del 56 por 100 en tan solo cinco años.

Es difícil saber con exactitud el número de empresas españolas que están instaladas en el país americano, pero se estima que son cerca de 725 compañías que dan empleo a más de 78.000 personas<sup>16</sup>. Muchas de las empresas españolas con filial en Estados Unidos tienen la sede corporativa en Florida por afinidad idiomática. El grueso de las inversiones españolas en Estados Unidos se distribuye entre las grandes regiones económicas del país: principalmente en el *Sun Belt*, los Estados de la costa Oeste, de Boston a Filadelfia, y también la mega región de los grandes lagos con epicentro en Chicago. La ubicación de la inversión dentro de Estados Unidos es un tema no menor que las empresas deben analizar en detalle. Los diferentes Estados gozan de un margen relativamente alto para legislar sobre cuestiones económicas y fiscales. El nivel de las infraestructuras y la cultura empresarial también varían de Estado a Estado, y se requiere un estudio previo en profundidad con respecto a estas cuestiones antes de realizar cualquier inversión.

Como se observa en el Cuadro 1<sup>17</sup>, pese al incremento del flujo inversor en los últimos años, España aún tiene camino por recorrer a la hora de incrementar su posición inversora en Estados Unidos a nivel de *stock* acumulado. Uno de los sectores que mayor peso tiene dentro de este *stock* inversor es la banca. Santander, BBVA, Sabadell o Popular, son algunos bancos españoles con presencia en Estados Unidos. Otro ejemplo es el de Indra que opera en EE UU desde 1994 y presta todo tipo de servicios

<sup>16</sup> MERRY DEL VAL *et al.* «Las relaciones económicas entre España y los EE UU», *Boletín Económico* ICE nº 3039, Mayo 2013.

<sup>17</sup> *Foreign Direct Investment in the United States - 2014 Report*, Organization for International Investment 2014, p. 5.



**CUADRO 1**  
**FLUJO INVERSOR A ESTADOS UNIDOS POR PAÍS Y STOCK ACUMULADO, 2013**

	2010	2011	2012	2013	Stock 2013	(%)
1 Japón .....	15.805	17.077	24.830	44.861	342.327	12,4
2 Reino Unido .....	30.069	46.316	25.250	41.909	518.643	18,8
3 Luxemburgo .....	26.461	11.989	8.673	26.101	201.603	7,3
4 Canadá .....	7.357	18.790	15.339	23.336	237.921	8,6
7 Países Bajos .....	20.772	8.457	36.009	12.821	273.884	9,9
8 Alemania .....	18.760	16.396	7.337	11.859	208.841	7,6
9 Noruega .....	885	7.743	2.787	9.256	26.075	0,9
11 Corea .....	2.245	4.798	5.616	6.632	32.456	1,2
12 Francia .....	8.865	769	22.882	3.326	226.131	8,2
14 China .....	1.037	1.105	3.491	2.419	8.073	0,3
15 Dinamarca .....	1.472	462	119	2.374	10.076	0,4
17 Italia .....	1.304	3.334	2.226	2.138	25.384	0,9
18 Suecia .....	10.903	2.779	2.066	2.087	44.397	1,6
19 España .....	4.410	5.923	1.654	1.686	48.528	1,8
<b>Total .....</b>					<b>2.764.000</b>	

FUENTE: Oficina de Análisis Económico de EE UU (BEA).

de consultoría, externalización y productos de tecnología. Gestamp, el grupo de fabricación de componentes para la automoción, aterrizó en el mercado estadounidense diez años más tarde, pero hoy ya cuenta con siete centros productivos, uno de ellos específicamente dedicado al I+D, en un mercado que ya supone el 14 por 100 de las ventas totales de la compañía.

Otra industria especialmente activa en EE UU es la construcción. Ferrovial, por ejemplo, inauguraba en octubre del año pasado su cuarta autopista en Texas. Con esta autopista, el grupo eleva su inversión acumulada en este país hasta los 5.150 millones de euros siendo ya su tercer mercado en importancia después de España y Reino Unido. Acciona es otra de las compañías que lleva invirtiendo desde hace tiempo en Estados Unidos como uno de sus mercados estratégicos. A finales de 2014 Acciona tenía una posición inversora acumulada en el país de 691.000.000 de euros. ACS es otro gran

grupo constructor y de servicios con una elevada presencia en América donde la compañía cuenta con cuatro filiales (Turner, Flatiron, E.E. Cruz y Clark Builders) para desarrollar una cartera de proyectos que suma más de 8.100 millones de euros.

Otra compañía a destacar por su sólida presencia en el mercado americano es Abengoa. Con una inversión total de 3.140 millones de euros, Estados Unidos se ha convertido en el mayor mercado de Abengoa en términos de volumen de ventas, principalmente en el desarrollo de proyectos de energía solar, bioetanol, y en el sector del agua. El Gobierno federal ha pasado a ser, gracias a diferentes acuerdos, uno de los socios estratégicos de la actividad de I+D del grupo. De este modo la administración Obama otorgó una garantía de 1.156 millones de euros para iniciar la construcción de Solana, la planta termosolar de Abengoa en Arizona que entró en operación en el mes de octubre de 2013

con un fuerte componente innovador y tecnológico<sup>18</sup>.

Lo anterior son solamente algunos ejemplos que ayudan a contextualizar y poner cara al gran incremento del flujo inversor hacia EE UU en los últimos años y que ha conseguido cuadruplicar nuestra posición inversora acumulada en los últimos siete años. Se trata, por tanto, de un dato relevante que conviene poner en valor, especialmente por la creciente importancia de grandes y medianas empresas que están invirtiendo con éxito y por tanto señalando con su liderazgo un camino potencial importante. Esta tendencia va en la misma línea positiva que señalábamos cuando hablamos del importante esfuerzo de nuestro sector exterior por diversificar sus ventas, especialmente tras la debacle financiera de 2008. En efecto, es en los momentos de crisis cuando en las empresas se genera una mayor necesidad para buscar fuentes alternativas de ingresos y de crecimiento; cuando la creatividad y la audacia a la hora de plantear las estrategias pasa de ser una opción a ser una obligación. Como luego recuperaremos en las conclusiones, pese a la mejora de la coyuntura económica, es importante que el sector exterior mantenga el mismo nivel de exigencia que ha demostrado en los últimos años y que tan buenos resultados está dando. Como hemos visto, el *stock* inversor acumulado de España en Estados Unidos sigue estando lejos de su potencial, representando únicamente un 1,8 por 100 sobre el total invertido en el país. En 2013, de cada 57 dólares de inversión directa acumulada en EE UU, tan solo un dólar era de capital español. Señal inequívoca de que hemos de trabajar para mantener el pulso de estos últimos ejercicios.

Invertir de manera directa en EE UU es la mejor manera de incrementar las ventas en el mercado americano, cuyo potencial no únicamente se limita al mercado americano, sino que también incluye Canadá y México. Estados Unidos tiene en vigencia desde 1994

un tratado de libre comercio (NAFTA por sus siglas en inglés) con México y Canadá que establece un mercado común potencial de 463.000.000 de habitantes con un PIB per cápita medio (PPA) de 39.000 dólares. Contar además con un pie físico en EE UU también permite superar y franquear ciertas barreras arancelarias y proteccionistas que todavía perduran. El esquema normativo de *Buy America* y *Buy American*, que otorga ciertas prebendas y derechos de preferencia a proveedores de capital americano frente a terceros países cuando es el Estado quien contrata, deja de ser un obstáculo en la gran mayoría de casos cuando la producción está ubicada en EE UU.

Por último, pero no por ello menos significativo, en el horizonte a medio-largo plazo, contar con una filial americana puede ser ventajoso a la hora de vender a terceros países dentro de la Comunidad del Pacífico si las negociaciones en curso entre los países que configuran el Acuerdo estratégico transpacífico de asociación económica (TPP por sus siglas en inglés) llegan a buen puerto. Desde 2005 EE UU está en proceso de negociación con otros 11 países del TPP, un área de libre comercio e inversión lo más ambiciosa posible dentro de la heterogeneidad entre algunas de las principales economías de la cuenca del Pacífico. Se trata de un acuerdo multilateral tremendamente ambicioso por la disparidad entre los países que integran el acuerdo, pero cuyo potencial es enorme y que, eventualmente, podría incluir a China e India<sup>19</sup>. De esta manera, América se convierte en un punto de apoyo muy importante dentro de cualquier plan de negocio que tenga la ambición de abarcar el conjunto del mercado global, y se convierte en una alternativa muy completa de obligado análisis y consideración para cualquier compañía que ambicione crecer internacionalmente y

<sup>18</sup> Todas las informaciones referentes a la presencia de estas compañías provienen de datos hechos públicos por las mismas a través de sus informes anuales.

<sup>19</sup> Algunos de los países que están participando actualmente en las negociaciones destacan Australia, Japón, Vietnam, Perú, Canadá, México, Chile, Corea, Taiwán, o Malasia. El conjunto de estos países suman un total de 793.000.000 de personas y un PIB conjunto superior a los 30 billones de dólares (un 40 por 100 del PIB mundial). *Office of the United States Trade Representative*, TPP: <https://ustr.gov/tpp>.

que todavía no cuente con una presencia permanente en EE UU<sup>20</sup>.

#### 4. Perspectivas y oportunidades de la relación bilateral España-Estados Unidos

Sin necesidad de añadir ninguna variable en el análisis, y simplemente siguiendo la lógica de los datos y las tendencias analizadas en los apartados anteriores, es razonable esperar que las relaciones entre España y EE UU continúen este proceso de paulatina intensificación; tanto con respecto al flujo comercial como al inversor.

El recorrido de nuestras relaciones comerciales y financieras con nuestros principales socios de la UE está prácticamente agotado. Las perspectivas de la eurozona son de un crecimiento anémico para los próximos ejercicios y nuestra presencia en la mayoría de estos mercados está ya consolidada y asentada en muchos sectores. Urge diversificar nuestro sector exterior y nuestras inversiones fuera del marco de la Unión. EE UU no únicamente ofrece un mercado grande y en crecimiento y con unas excelentes condiciones para el inversor *per se*, sino que supone una magnífica atalaya desde la que asomar la cabeza a otros mercados del Pacífico y de América Latina donde además se concentra parte sustancial del crecimiento económico mundial para los próximos años. El reto que se nos plantea es doble: aumentar el volumen y la cuota de mercado.

Hemos de añadir a lo expuesto un elemento más que, por sí solo, es la principal palanca que ha de permitir dar un impulso definitivo a nuestras relaciones transatlánticas en el medio-largo plazo. Nos referimos al Acuerdo transatlántico de libre comercio e inversión, más conocido por TTIP según sus siglas en inglés. El TTIP ha suscitado un gran interés, pero

también muchos malentendidos y cierto desconcierto en algunos aspectos, más por desconocimiento que por lo sustantivo. En resumen, el mandato de negociación del acuerdo busca reducir las barreras arancelarias y, muy especialmente, no arancelarias para crear un marco regulatorio común, mutuamente reconocido, que facilite el intercambio comercial e inversor entre las dos mega regiones económicas más significativas del mundo. La parte fundamental del acuerdo, lo que establece verdaderamente su grado de ambición, es la reducción de las barreras no arancelarias, es decir, aquellos impedimentos burocráticos y regulatorios que encarecen el proceso de vender desde Europa a EE UU y viceversa. Según un estudio realizado en el Reino Unido, se estima que el 80 por 100 de los beneficios asociados al TTIP derive de la reducción de las barreras no arancelarias<sup>21</sup>. El capítulo arancelario es marginal, se calcula que el arancel medio entre EE UU y la UE es del 3 por 100. Sin embargo, sabemos que en el caso de empresas pequeñas o en mercados muy competitivos en precio, un punto porcentual sobre el coste puede condicionar una decisión.

Así pues, el TTIP no busca desproteger al consumidor o crear un vacío legal para las compañías, sino trabajar en armonizar las normas existentes. Pese a los recelos de muchos, lo cierto es que las diferencias regulatorias entre la Unión y EE UU son marginales, de grado, no de clase: en ambos casos se regula lo mismo y con el mismo propósito. Se trata, en definitiva, de acordar procedimientos comunes y converger hacia estándares comunes. En efecto, el éxito del TTIP radica en que se consiga avanzar en la convergencia regulatoria entre la UE y EE UU donde hoy persisten divergencias de criterio innecesarias y que, en muchos casos, carecen de sentido. Disponer de estándares comunes y equivalencias en los dos sistemas, permitirá que, por ejemplo, un coche fabricado en España y debidamente homologado según el criterio de la UE,

<sup>20</sup> Al margen del TPP, todavía en una fase muy embrionaria, EE UU tiene ya en vigor acuerdos de libre comercio con países como Australia, Perú, Chile, Colombia, Israel, Panamá o Singapur. *Office of the United States Trade Representative*: <https://ustr.gov/trade-agreements/free-trade-agreements>.

<sup>21</sup> «Getting to Yes on Transatlantic Trade» BOLLYKY, T. J. y BRADFORD, A. (2013) *Foreign Affairs*, 10 de julio.

pueda venderse de forma automática en todos los países de la comunidad atlántica. Lo anterior no implica, en ningún caso, la desprotección del consumidor. De hecho, la protección de los consumidores es un punto que forma parte explícita dentro del mandato de negociación, tanto en EE UU como en la UE. Se estima que la reducción a la mitad de estas divergencias normativas tendría un impacto positivo sobre el PIB de más de 119.000 millones de euros anuales en la UE y de más de 95.000 millones en EE UU<sup>22</sup>.

El acuerdo es por tanto especialmente importante y liga con lo que señalábamos en el anterior apartado al poner especial énfasis en el capítulo referente a las inversiones, lo que facilitará el importante recorrido potencial que, precisamente, tienen todavía por delante el conjunto de las empresas españolas en el mercado americano. De nuevo, el mandato del acuerdo es facilitar un acceso recíproco a los mercados, la protección de las inversiones y la eliminación de leyes que limiten la propiedad del capital, así como facilitar los procesos existentes. En clave nacional nos interesa, por ejemplo, que el sector financiero y el energético, ambos sensibles por su naturaleza transversal en una economía, puedan quedar sujetos al acuerdo por la gran competitividad que España ha demostrado en estas dos industrias y el importante peso específico que tienen en nuestra economía.

El acuerdo transatlántico favorece un entorno de mayor libertad, competitividad y dinamismo en las economías, lo que repercute, como hemos señalado, en un mayor nivel de crecimiento y de empleo en un momento especialmente delicado para la coyuntura del conjunto de la zona euro. Europa, pero también EE UU aunque en menor medida, se enfrenta al ineluctable problema del envejecimiento poblacional que coincide además con una acumulación de deuda, tanto

pública como privada, que hace que el conjunto de la UE no deba permitirse el coste de oportunidad que supone seguir manteniendo ciertos frenos al crecimiento y al empleo en forma de barreras arancelarias y burocráticas al comercio y a la inversión<sup>23</sup>. En clave geopolítica, el acuerdo supone dar oxígeno al vínculo atlántico, devolviéndole cierta centralidad, en un momento en el que el centro de gravedad de la geopolítica mundial se desplaza de manera inexorable hacia el Este<sup>24</sup>.

En cualquier caso, España es uno de los países que más puede beneficiarse de un potencial acuerdo que lograra rebajar una parte sustancial de las barreras no arancelarias. Estudios independientes estiman que, de promedio, la renta de los hogares españoles podría incrementarse en un 6,5 por 100 en un escenario de liberalización profunda. Este dato es superior al incremento de la renta media del conjunto de los hogares en la UE, estimado en un 4,9 por 100 con lo que, además, el acuerdo favorece la convergencia dentro de la propia Unión. En términos de empleo, el impacto se ha cuantificado en más de 143.000 empleos netos y un incremento adicional en los salarios reales de 3,7 puntos porcentuales<sup>25</sup>. El acuerdo favorece la necesaria diversificación de nuestro *mix* exportador. Por esto, nos conviene que el acuerdo llegue a buen fin. Un reto de apertura y competencia parecido se presentó en la negociación de la adhesión de España a la Comunidad Económica Europea en los años ochenta y los resultados económicos y políticos han sido buenos<sup>26</sup>.

<sup>22</sup> «Reducing Transatlantic Barriers to Trade and Investment». CEPR Report. marzo, 2013. Los impactos sobre el PIB son estimaciones anuales hasta 2027. Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP). Who benefits a free trade deal? G. GELBERMAYR, B. HEID, y LEHWALD (2013), Global Economic Dynamics.

<sup>23</sup> Global Growth: Can Productivity Save the Day in an Aging World, The McKinsey & Company, enero 2015. Las principales palancas que señala el informe para impulsar la productividad en las próximas décadas destaca la eliminación de barreras comerciales y a la inversión.

<sup>24</sup> Javier Solana y Carl Bild reflexionan sobre la importancia del TTIP y el TTP en un artículo que vale la pena leer: «Una estrategia para la recuperación de Europa», Project Syndicate, 6 de enero de 2015. Ver también «ATCI: una oportunidad única», Miguel Arias Cañete y Cecilia Malmström, El País, 19 de diciembre de 2014.

<sup>25</sup> Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP). Who benefits a free trade deal?, GELBERMAYR, G.; HEID, B. y LEHWALD, S. Global Economic Dynamics (2013), p. 24, figura 5. *Ibid.* p. 39, tabla 10 impacto en el empleo y salario real; p. 41, tabla 11, impacto en términos de empleo.

<sup>26</sup> «El necesario entendimiento transatlántico», NIN, J. M., El País, 23 de enero de 2015: [http://elpais.com/elpais/2015/01/20/opinion/1421782736\\_591180.html](http://elpais.com/elpais/2015/01/20/opinion/1421782736_591180.html).

## 5. A modo de conclusión

España se encuentra en un buen momento para impulsar el conjunto de su sector exterior y EE UU figura como una de las plazas estratégicas prioritarias. El conjunto del sector empresarial debe plantearse con ambición y amplitud de miras sus inversiones a nivel global, sabiendo detectar las oportunidades que existen más allá de los países que han configurado nuestro hábitat natural en las últimas dos décadas. Estados Unidos es una importante plaza por su gran tamaño, dinamismo y poder adquisitivo de sus consumidores, pero también se convierte en una atractiva plataforma desde la que abordar los mercados de Canadá y México, los de otras naciones del continente latinoamericano y, de manera creciente, una vía para penetrar en otros países de la cuenca pacífica. Tenemos que poner en valor el gran crecimiento experimentado en nuestras relaciones económicas y financieras con EE UU en los últimos años, pero al mismo tiempo reconocer que, a nivel de conjunto, estamos lejos de nuestro potencial teórico. Conviene, por tanto, no bajar la intensidad y seguir trabajando en esta dirección, hemos aumentado volúmenes en algunos capítulos pero perdido cuota de mercado en otros.

Muchos de los éxitos conseguidos nos han de servir para generar confianza sobre las posibilidades de la empresa española en mercados tan exigentes como el norteamericano, donde estamos demostrando que somos capaces de competir de manera exitosa. Sectores como la energía, la construcción o las concesiones, han sabido posicionarse en poco tiempo en EE UU y, en algunos casos, fortalecer sus operaciones en Latinoamérica apoyándose en sus filiales estadounidenses. También el sector agroalimentario, el farmacéutico o la automoción, por poner solo algunos ejemplos, han dado signos evidentes de las grandes oportunidades existentes en EE UU. Otra fuente de grandes oportunidades son las pymes españolas, especialmente beneficiadas si el TTIP llega a buen

puerto. En efecto, la reducción de las trabas administrativas y burocráticas a la hora de comerciar e invertir desde España a EE UU, principalmente favorece aquellas compañías que, por su tamaño, no pueden permitirse destinar recursos de la organización a planificar y gestionar este tipo de procedimientos que suelen ser muy costosos en dinero y tiempo.

No hay que ignorar tampoco el segmento de las pequeñas compañías y *startups*. La crisis financiera ha regenerado gran parte de nuestro tejido empresarial —para bien— y cada vez es mayor el número de empleados que deciden acometer su propia actividad por cuenta y riesgo, ya sea solos o acompañados de más socios. A partir de los datos de la EPA, sabemos que entre 2011 y 2014 nacieron en España más de 90.000 nuevos emprendedores. Este número creciente de nuevas empresas, muchas de ellas estrechamente relacionadas con la nueva economía, también pueden encontrar un terreno fértil para su financiación (capital y créditos) y crecimiento en EE UU. Este país lidera la mayoría de los segmentos económicos de vanguardia que suelen incorporar un alto componente de innovación e investigación, y es la economía, como señalan todas las estadísticas, que cuenta con uno de los sistemas financieros más dinámicos y diversos del mundo.

Empezábamos el artículo señalando el fuerte vínculo histórico y cultural que une a ambos países y que marca profundamente el carácter de la relación bilateral. España está unida a la historia de EE UU desde que en 1513, Juan Ponce de León fuese el primer español en visitar La Florida. Hoy, más de 53.000.000 de americanos hablan español, de entre los cuales para 38.000.000 el español es su lengua materna. Este lazo cultural supone un gran reto en los próximos años. España tiene que saber capitalizar el gran activo intangible y de valor creciente que supone formar parte intrínseca del ADN americano. El poeta y filósofo Walt Whitman, uno de los referentes del canon literario americano y al que citábamos al inicio del artículo, en una carta a las autoridades de Santa Fe de Nuevo México



con motivo del 333 aniversario de la fundación de la ciudad, reflexiona sobre los orígenes del país y sobre su «futura personalidad» afirmando que, es un error pensar que los EE UU se han formado exclusivamente a partir del Imperio Británico. Este hecho, concluye Whitman, hubiese dado lugar a una segunda Inglaterra cuando claramente no es el caso. El poeta americano prosigue su misiva señalando: «Many leading traits for our future national personality, and some of the best ones, will certainly prove to have originated from other than British *stock*». Para Whitman, parte importante de este «patrimonio no británico» proviene, precisamente, del carácter español. Sobre nuestro papel a la hora de configurar la futura identidad americana, Whitman afirma: «[...] Spanish character will supply some of the most needed parts, No *stock* shows a grander historic retrospect —grander in religiousness and loyalty, or for patriotism, courage, decorum, gravity and honor»<sup>27</sup>. Un interesante posicionamiento latente que, con habilidad e inteligencia, deberíamos saber explotar.

También, y para terminar, hay que explorar un camino de retorno de «contaminación cultural inverso». La presencia de empresas españolas en EE UU debería favorecer el aprendizaje *in situ* y posterior implantación en España del modelo de colaboración entre el mundo académico y el empresarial a través de la tecnología, que con tanto éxito sigue contribuyendo a un crecimiento sostenible y de calidad en EE UU, pero este tema merece un tratamiento extenso y separado por la importancia que puede tener en nuestro futuro.

## Referencias bibliográficas

[1] ARIAS CAÑETE, M. y MALSTRÖM, C. (2014). «ATCI: una oportunidad única». *El País*, 19 de Diciembre de 2014. Recuperado de: [http://economia.elpais.com/economia/2014/12/19/actualidad/1419010321\\_740769.html](http://economia.elpais.com/economia/2014/12/19/actualidad/1419010321_740769.html)

<sup>27</sup> Walt Whitman, «The Spanish Element in Our Nationality», Philadelphia Press, 20 de julio de 1883, luego publicada en *The Complete Prose Works of Walt Whitman* (1892), part V: November Boughs. Disponible íntegra en Internet: <http://www.bartleby.com/229/5004.html>.

[2] BANCO MUNDIAL (2014). *Entendiendo las regulaciones para las pequeñas y medianas empresas*, Washington DC: Doing Business, 2014. Recuperado de: <http://espanol.doingbusiness.org/reports/global-reports/doing-business-2014>

[3] BOLLYKY, T. J. y BRADFORD, A. (2013). «Getting to Yes on Transatlantic Trade», *Foreign Affairs*, 10 de Julio de 2013. Recuperado de: <https://www.foreignaffairs.com/articles/united-states/2013-07-10/getting-yes-transatlantic-trade>

[4] CONFERACIÓN ESPAÑOLA DE ORGANIZACIONES EMPRESARIALES (CEOE) (2014). *El sector exterior 2000-2013*, Mayo 2014.

[5] FRANÇOIS, J. (2013). *Reducing Transatlantic Barriers to Trade and Investment*. Centro para la Investigación Económica y Política (CEPR), London, March 2013. Recuperado de: [http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2013/march/tradoc\\_150737.pdf](http://trade.ec.europa.eu/doclib/docs/2013/march/tradoc_150737.pdf)

[6] GELBERMAYR, G.; HEID, B. y LEHWALD, S. (2013) *Transatlantic Trade and Investment Partnership (TTIP). Who Benefits a Free Trade Deal? Global Economic Dynamics*. Recuperado de: <http://www.bfna.org/publication/transatlantic-trade-and-investment-partnership-ttip-who-benefits-from-a-free-trade-deal>

[7] INSTITUTO DE COMERCIO EXTERIOR (ICEX) (2014). *Plan estratégico ICEX 2014-2015*, Madrid, 13 de febrero de 2014. Recuperado de: [http://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento\\_anexo/mde0/mjgw/~edisp/dax2014280485.pdf](http://www.icex.es/icex/wcm/idc/groups/public/documents/documento_anexo/mde0/mjgw/~edisp/dax2014280485.pdf)

[8] MERRY DEL VAL, F.; IZAGUIRRE, J. y PÉREZ, N. (2013). «Las relaciones económicas entre España y los EE UU». *Boletín Económico ICE*, nº 3039, Mayo 2013.

[9] NIN, J. M. (2015). «El necesario entendimiento transatlántico». *El País*, 23 de enero de 2015. Recuperado de: [http://elpais.com/elpais/2015/01/20/opinion/1421782736\\_591180.html](http://elpais.com/elpais/2015/01/20/opinion/1421782736_591180.html)

[10] ORGANIZACIÓN PARA LA INVERSIÓN INTERNACIONAL (OFII) (2014). *Foreign Direct Investment in the United States - 2014 Report*. Recuperado de: <http://www.ofii.org/sites/default/files/FDIUS2014.pdf>

[11] SOLANA, J. y BILD, C. (2015). «Una estrategia para la recuperación de Europa». *Project Syndicate*, 6 de Enero de 2015.

[12] THE MCKINSEY AND COMPANY (2015). *Global Growth: Can Productivity Save the Day in an Aging World*. Enero 2015. Recuperado de: [http://www.mckinsey.com/insights/growth/can\\_long-term\\_global\\_growth\\_be\\_saved](http://www.mckinsey.com/insights/growth/can_long-term_global_growth_be_saved)

[13] WHITMAN, W. (2014). «The Spanish Element in Our Nationality», *Philadelphia Press*, 20 de Julio de 1883. Publicada en *The Complete Prose Works of Walt Whitman* (1892).

[14] WORLD ECONOMIC FORUM, *The Global Competitiveness Report 2014–2015*, Ginebra 2014. Recuperado de: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GlobalCompetitivenessReport\\_2014-15.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2014-15.pdf)