El Acuerdo Transatlántico para el Comercio y la Inversión desde el punto de vista de las pymes

Las dos partes negociadoras del Acuerdo, EEUU y la UE, han reconocido en la cuarta ronda de negociaciones la necesidad de dotar de mayor protagonismo a una de las partes más interesadas en la liberalización comercial entre ambos territorios prevista para 2015: la pequeña y mediana empresa.

Verónica López

El pasado 17 de marzo tuvo lugar en la sede del Ministerio de Economía y Competitividad la Conferencia Internacional sobre el Acuerdo Transatlántico para el Comercio y la Inversión (TTIP por sus siglas en inglés), motivada por la celebración en días previos, en Bruselas, de la cuarta ronda de negociaciones de este tratado de libre comercio. La apertura corrió a cargo de los dos principales negociadores del acuerdo, con Ignacio García Becerro –por la parte europea– y Dan Mullaney –por la parte estadounidense.

Una de las ponencias de mayor interés estuvo centrada en los beneficios esperados y en la mayor incorporación de la perspectiva que sobre el Acuerdo tienen las pequeñas y medianas empresas de ambas partes del Atlántico. Ello, junto con el reconocimiento explícito de que son éstas (las pymes), y los consumidores, los grandes potenciales beneficiados de tan relevante acuerdo, quienes además se erigen en grupos con gran capacidad de sensibilización. No en vano, con motivo de la cuarta ronda de las negociaciones fue difundida la publicación *«TTIP: the opportunities for small and medium-sized enterprises»* enfocada a este segmento empresarial, y es-

[iStock]/Thinkstock.

pecialmente al que cuenta con capacidad exportadora. Y es que tan pronto esté listo el Tratado, presumiblemente en 2015, esas empresas verán como sus productos podrán entrar en el otro mercado sin grandes inversiones y adecuaciones como las que son precisas hoy en día, gracias a los principios de reconocimiento mutuo y desarme arancelario.

También quedó constatada la necesaria dosis de pedagogía –en paralelo al proceso negociador– con la ciudadanía, los reguladores y los Parlamen-

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

tos (de EEUU, Europeo y los 28 nacionales) para convencer a todos ellos de la oportunidad e idoneidad de este tratado tan trascendental tanto por su dimensión como por sus efectos potenciales.

En la diversidad está la complejidad

El panel dedicado a conocer la perspectiva de las pyme europeas y estadounidenses estuvo protagonizado por tres empresas con larga trayectoria exportadora en ambos lados del Atlántico.

Tunstall Televida, de la mano de su director general, Joe Killen, representa en el panel a buena parte de las pymes proveedoras de servicios. Televida es una pyme británica dedicada a la provisión de dispositivos de tele-asistencia domiciliaria enfocados a la tercera edad. Joe Killen destaca en su intervención el paralelismo que encuentra del actual proceso de negociación de un área de libre comercio entre EEUU y la UE –y más bien, de los resultados esperados– con el proceso de armonización que tuvo lugar en el seno de la Unión Europea de cara a la conformación del Mercado Único.

La armonización de procesos, estándares, normativas, certificaciones, etc. fue clave para impulsar el gran crecimiento comercial del que disfrutó Televida fuera de Reino Unido en los últimos quince años de trayectoria. Por las características del producto básico de su cartera –dispositivo conectado a un *call center* para la notificación de emergencias domiciliarias de personas de la tercera edad que viven solas– su capacidad de incursión en el mercado norteamericano se encuentra hoy condicionado, fundamentalmente, por tres grandes obstáculos a la exportación. En primer lugar, por las certificaciones en el ámbito de la regulación de las telecomunicaciones. En segundo lugar, por el mismo tipo de obstáculo en el ámbito de la regulación de radiofrecuencias; y, por último, por los diferentes estándares médicos necesarios para la autorización de dispositivos y equipos médicos en una y otra zona.

Antes de que tuviera lugar la armonización en el mercado europeo, Televida (y como ella, todas las demás) tenía que presentar los productos para su aprobación ante todos y cada uno de los reguladores /certificadores, en cada uno de los ámbitos (telecomunicaciones, radio y sanidad), de aquellos países europeos en los que deseaban comercializar sus productos. Este proceso consumía en promedio 3-4 meses adicionales, además de los recursos humanos dedicados a tal fin. Con el Mercado Único, una vez aprobado en uno de los países, los productos tienen vía libre para ser comercializados en toda la Unión Europea. La armonización supuso de forma casi inmediata un incremento de las exportaciones (se multiplicaron por 6) y con ello un aumento en la creación de empleo (hoy la firma cuenta con más empleados en España de los que tuvo en Reino Unido hace 15 años).

El principal obstáculo para la exportación a EEUU, en opinión de la firma, es la legislación relativa a las autorizaciones de la *Food and Drug Administration* (FDA). En este particular, sugieren que si pudiera haber armonización entre aprobaciones de dispositivos médicos en los mercados europeo y estadounidense (específicamente sobre los temas de funcionalidad técnica de los dispositivos), sería una gran mejora para la exportación de las pymes. Este es, qué duda cabe, uno de los objetivos principales del TTIP.

Como aliciente adicional, resulta relevante el hecho de que la empresa ha atendido mercados de América Latina y el Caribe desde España, donde han constatado que los estándares técnicos son idénticos, o se encuentran fuertemente inspirados por los establecidos en EEUU. Así, cualquier armonización entre EEUU y la UE tendrá efectos inmediatos y beneficiosos para comerciar con el también enorme mercado de América Latina y el Caribe.

Conservas El Raal (Murcia, España) estuvo presente en el panel representando en cierta medida

el segmento de pymes agroindustriales/agroalimentarias exportadoras. Su director general, Pedro Herrera, compartió con los asistentes que el gran problema hoy en día para la exportación de sus productos, fundamentalmente alcachofa y pimiento, a EEUU es de carácter arancelario: las alcachofas soportan un arancel del 14,9% y los pimientos del 10%. A ello se une el hecho de que el sector agroalimentario se encuentra altamente regulado, con fuertes exigencias de todo tipo (sanitarias, fiscales, laborales, medioambientales, técnicas, etc.). Además, como empresa española y europea, ha soportado una depreciación del dólar frente al euro de en torno al 35% desde el año 2003 (hasta 2013), cuando el cruce estaba en 1,20 euros por dólar, hasta los 0,73 euros por unidad de divisa estadounidense, o más, registrados recientemente. Ello ha generado un efecto encarecimiento de los productos europeos, repercutiendo intensamente en el volumen y valor de sus exportaciones a EEUU.

Para una firma del sector, los beneficios previstos del Tratado desde la perspectiva europea estarán centrados en la recuperación del volumen de negocio por medio de la eliminación de aranceles, provocando generación de empleo, reactivación del sector agroindustrial y promoción de inversiones. Desde la perspectiva de EEUU los beneficios pasarán por facilitar la consolidación de las relaciones comerciales entre sus importadores y los proveedores europeos. Todo ello a pesar de ser productos, los europeos, con precios más elevados que los que ofrecen otros países con los que competimos en el mercado norteamericano. En definitiva, la supresión de aranceles generará más competencia y reducción de precios, en favor de los consumidores y, en el caso particular de esta empresa, con un impacto positivo en la salud (por ser considerados productos saludables los que comercializa). A ello hay que añadir que EEUU no produce ni alcachofas ni pimientos, por lo tanto no compite con producción nacional en este particular.

El segundo gran obstáculo comercial que el tratado puede contribuir a superar es la necesaria simplificación de los procedimientos y mayor eficacia en los trámites. Como conclusión, las exportaciones de alcachofa y de pimiento están muy condicionadas por los aranceles (han perdido el 70% del mercado en los últimos años), siendo este acuerdo una urgente necesidad para el sector agroalimentario, dando prioridad a la exención de aranceles.

Sharon T. Freeman, presidenta y CEO de la asociación All American *Small Business Exporters* dio a conocer la perspectiva de las pymes de EEUU, que enfrentan hoy en día un proceso similar al que experimentaron en el pasado en el contexto de las negociaciones del NAFTA (Tratado de Libre Comercio de América del Norte), CAFTA – DR (Tratado de Libre Comercio entre EEUU, Centroamérica y la República Dominicana) y otros acuerdos bilaterales de libre comercio protagonizados –o liderados– por EEUU En dicho mercado, de un total de más de 13 millones de pymes, sólo son 300.000 las exportadoras. Ello responde a una realidad obvia: el enorme tamaño del mercado interno, incluyendo el mercado que supone la Administración central y las Administraciones federales y locales, ha hecho hasta el momento innecesarias aventuras internacionales para este segmento de empresas. Por ello, las pymes de EEUU necesitan ser objeto de un efecto «*pull* y *push*» para exportar, esto es, necesitan ser empujadas a nuevos mercados –por medio de la formación, asesoramiento para conocer la mecánica de la exportación– y también atraídas por nuevos mercados –para lo que las acciones de promoción de las agencias públicas de promoción comercial, Cámaras de comercio e industria y asociaciones empresariales e industriales son clave.

Destaca, entre las expectativas del acuerdo, dos fundamentales: el *Procurement* –o compras públicas– y las inversiones. Las pymes pueden obtener enormes beneficios de la apertura de las

compras públicas en ambos lados del Atlántico, y mucho mejor por la vía de las alianzas entre pymes de una y otra región. Esta colaboración ha ocurrido en el marco de otros acuerdos de libre comercio en los que EEUU está involucrado.

En el ámbito de las inversiones, cabe constatar que las estadísticas demuestran que el volumen de inversiones intra-compañía es enorme, lo que representa una gran oportunidad para las pymes si logran incorporarse como proveedores en la cadena de valor de las grandes corporaciones.

Como corolario, cabe señalar que si bien las relaciones EEUU-España han crecido mucho en los años más recientes en el ámbito de las inversiones transatlánticas, no ha ocurrido de igual manera en el ámbito de los intercambios comerciales, que se han encontrado un techo de cristal y que reflejó muy bien la experiencia de la empresa Conservas El Raal. Esta pyme destaca el desarme arancelario como el principal resultado esperado de la concreción del acuerdo transatlántico, por el importante sobre-coste que suponen los aranceles, teniendo en cuenta las características de su negocio, mercado y competencia. Por su parte, empresas de servicios como Televida destacan la armonización de estándares como vía para un mejor aprovechamiento del tratado. Por último, el principio del reconocimiento mutuo es apuntado por todos como la vía para mejorar e intensificar las relaciones comerciales y de inversión que procura este tratado, más allá de la dimensión puramente regulatoria. Desde la perspectiva de la representante de las pymes norteamericanas, las posibilidades que ofrece el mercado de las compras públicas es clave para animar a estas empresas a incrementar su actividad exportadora, junto con la asistencia y orientación de organismos públicos y asociaciones empresariales que informen sobre cómo y dónde exportar ::