

# “Los empresarios españoles han encontrado en Estados Unidos un nicho de mercado interesante”

Texto: Itziar Yagüe

**Nombre:** Daniel Ureña.  
**Cargo:** Director de The Hispanic Council.

**T**he Hispanic Council se dedica a fomentar las relaciones entre España y la comunidad hispana en Estados Unidos. ¿De qué forma puede aprovechar nuestro país la creciente importancia de los hispanos estadounidenses?

Hay dos aspectos clave que ayudan a que España tenga una ventaja respecto a otro país a la hora de relacionarse con la comunidad hispana: la historia y el idioma. España comparte con millones de hispanos en Estados Unidos unos fuertes vínculos históricos y culturales por lo que debe seguir trabajando para que los hispanos, las nuevas generaciones y los líderes sean conscientes de esta relación histórica. La huella y el legado de España en Estados Unidos es mucho más profundo de los que se cree y queda en manos de España y de organizaciones como The Hispanic Council o la propia sociedad civil el que no se borre y se potencie. Por otro lado está el español, un idioma que ya hablan 37 millones de personas en EEUU, que se está consolidando como el segundo de referencia, tanto entre la comunidad hispana como en el resto del país. España debe continuar apostando por instituciones, centros y actividades que instauran y refuerzan la presencia del español en Estados Unidos, con el Instituto Cervantes como máximo referente, y así seguir presente al otro lado del océano Atlántico.



**¿Cómo percibe la comunidad hispana a España? ¿Se perciben posibles ventajas de relacionarse con nuestro país?**

La comunidad hispana percibe a España como parte de su cultura. Para muchas personas es la “madre patria” para otros un país más de origen de parte de las personas que componen la comunidad. Pero sobre todo es una gran potencia, desde el punto de vista geográfico y de desarrollo, con la

que se comparte historia, cultura, tradiciones, idioma, gastronomía, etc. Todos estos indicadores hacen más fácil que España se relacione con los hispanos, y viceversa.

**Según su "Policy Paper" N° 1 publicado a principios de año, hay más de 700 empresas españolas empleando a más de 70.000 personas en zonas de tradicional presencia hispana. ¿Cómo interpreta este dato?**

Es una muestra más de que las empresas y los empresarios españoles están explorando otros mercados y han encontrado en Estados Unidos un nicho de mercado interesante y que Estados Unidos confía en las empresas españolas. No es casualidad que gran parte de estas empresas estén situadas en los estados del sur, donde también hay mayor número de hispanos. Al final los hábitos de consumo, los gustos y las preferencias de la comunidad hispana están muy relacionadas con el panorama español y en Estados Unidos ya hay un mercado potencial de más de 54 millones de consumidores hispanos. También han desembarcado en Norteamérica grandes empresas dedicadas a la construcción de infraestructuras, de energías renovables, transporte, etc. que pone de relieve el liderazgo y calidad de las compañías españolas y la confianza que las instituciones y consumidores de EEUU tienen en ellas. Muchas no se habían decidido a dar el salto por dificultades administrativas o costes, pero la crisis económica en este sentido ha sido una gran oportunidad para hacer frente a las dificultades nacionales y seguir creciendo en el panorama internacional.

#### **¿Cómo convencería a una pyme española de que se establezca o que inicie relaciones comerciales con Estados Unidos?**

Dependerá de la actividad económica a la que se dedique pero básicamente hay que tener en cuenta dos puntos: el gran mercado al que se tendría acceso y las oportunidades de crecimiento, modernización y exposición que ofrece Estados Unidos. Es cierto que los costos son altos, que hay muchos obstáculos y trabas administrativas y que el proceso conlleva tiempo. Pero poco a poco estos retos se están solventando. En enero de 2013 el Gobierno de España firmó un convenio para evitar la doble imposición a las empresas, actualmente está en plena negociación el Acuerdo Transatlántico de Comercio e Inversión entre Estados Unidos y la Unión Europea que abrirá aún más las fronteras, y cada vez son más las organizaciones y cámaras que prestan ayuda legal, financiera o logística a empresas que quieren implantarse en Estados Unidos.

**Obama acaba de perder las mid-terms y vive, quizá, uno de sus peores momentos desde que fue elegido. Según el analista John Hudak, "los republicanos deberían acercarse a nuevos sectores de la población para aprovechar esta debilidad". ¿Esos nuevos sectores podrían ser los jóvenes hispanos?**

Los jóvenes hispanos son un grupo de votantes muy importante. Cada año

## **“La historia y el idioma son clave para que España tenga una ventaja respecto a otro país a la hora de relacionarse con la comunidad hispana”**

en Estados Unidos 800.000 jóvenes de origen hispano (nacidos en Estados Unidos o fuera del país) cumplen la mayoría de edad para votar. Si la tendencia sigue a este ritmo, supondrá casi 2 millones de nuevos votantes para las presidenciales de 2016 y

más de 5 millones de nuevos votantes en las de 2020. Si los republicanos quieren llegar a la Casa Blanca deberán contar con estos jóvenes y con la comunidad hispana en general ya que viven en estados clave en elecciones generales, como California, Texas o Florida, como se ha demostrado en 2008 o en 2012. Pero esta no va a ser solo una tarea para los republicanos, también para los demócratas.

**Se resiste la firma del TTIP, Francia acaba de anunciar que no lo firmará y Alemania también plantea reticencias sobre la cláusula ISDS, la que permite a las multinacionales llevar ante un tribunal de arbitraje a los estados soberanos. ¿Cómo cree que resolverán esto los impulsores del acuerdo?**

Las negociaciones del TTIP comenzaron en junio de 2013 y tras siete rondas de negociaciones y decenas de reuniones bilaterales creo que va a llevar varios años establecer un acuerdo final, algo lógico ante un Tratado de tal envergadura. Con el TTIP hay en juego muchas cosas, muchos sectores con intereses encontrados y millones de consumidores que tendrán acceso a otros productos y servicios y las partes involucradas deberán atender a todas estas cuestiones y peticiones de empresas, organizaciones, ONG e incluso ciudadanos. Creo que una de las cosas que se están desarrollando con gran éxito en cada uno de los encuentros que se celebran alternativamente en EEUU y Europa es la reunión con stakeholders, personas influyentes y líderes de opinión que expresan a los negociadores sus preocupaciones y sus propuestas. En esa línea, aunque llevará un tiempo, creo que se podrá llegar a un acuerdo que beneficie a todos y que respete los estándares de seguridad, respeto por el medio ambiente y sostenibilidad ya establecidos en ambas regiones.

