



GUÍA PAÍS

Estados Unidos



Elaborado por la Oficina
Económica y Comercial
de España en Washington

Actualizado a septiembre 2015

1 PANORAMA GENERAL	4
1.1 SITUACIÓN, SUPERFICIE, SUPERFICIE AGRÍCOLA, RELIEVE Y CLIMA	4
1.2 DEMOGRAFÍA Y SOCIEDAD	4
1.3 PIB PER CAPITA Y DISTRIBUCIÓN DE LA RENTA	6
1.4 POBLACIÓN ACTIVA Y DESEMPLEO	6
1.5 ORGANIZACIÓN POLÍTICO-ADMINISTRATIVA	6
1.5.1 SISTEMA DE GOBIERNO, PARTIDOS POLÍTICOS Y DIVISIÓN DE PODERES	6
1.5.2 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y TERRITORIAL DEL ESTADO	8
1.5.3 LA ADMINISTRACIÓN ECONÓMICA Y SU DISTRIBUCIÓN DE COMPETENCIAS	9
1.6 RELACIONES INTERNACIONALES/REGIONALES	13
2 MARCO ECONÓMICO	14
2.1 ESTRUCTURA DE LA ECONOMÍA	14
2.2 EL SECTOR EXTERIOR	16
3 ESTABLECERSE EN EL PAÍS	18
3.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO	18
3.2 CANALES DE DISTRIBUCIÓN. ESTRUCTURA Y MARCO LEGAL DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL	19
3.3 IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL PAÍS EN LA REGIÓN	29
3.4 PERSPECTIVAS DE DESARROLLO ECONÓMICO	30
3.5 OPORTUNIDADES DE NEGOCIO	30
4 IMPORTACIÓN (RÉGIMEN DE COMERCIO EXTERIOR)	31
4.1 TRAMITACIÓN DE LAS IMPORTACIONES	31
4.2 ARANCELES Y RÉGIMENES ECONÓMICOS ADUANEROS	33
4.3 NORMAS Y REQUISITOS TÉCNICOS	35
4.4 REGULACIÓN DE COBROS Y PAGOS AL EXTERIOR	37
4.5 CONTRATACIÓN PÚBLICA	40
5 INVERSIONES EXTRANJERAS / INCENTIVOS A LA INVERSIÓN	42
5.1 MARCO LEGAL	42
5.2 REPATRIACIÓN DE CAPITAL/CONTROL DE CAMBIOS	47
5.3 INCENTIVOS A LA INVERSIÓN	47
5.4 ESTABLECIMIENTO DE EMPRESAS	48
5.4.1 REPRESENTACIÓN Y AGENCIA	48
5.4.2 TIPOS DE SOCIEDADES. FORMALIDADES DE CONSTITUCIÓN. .	49
5.4.3 FORMACIÓN DE "JOINT-VENTURES". SOCIOS LOCALES	53
5.5 PROPIEDAD INDUSTRIAL (MARCAS, PATENTES, DISEÑOS, LICENCIAS)	54
6 SISTEMA FISCAL	55
6.1 ESTRUCTURA GENERAL	55
6.2 SISTEMA IMPOSITIVO (ESTATAL, REGIONAL Y LOCAL)	55
6.3 IMPUESTOS	56
6.3.1 IMPOSICIÓN SOBRE SOCIEDADES	56
6.3.2 IMPOSICIÓN SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS ..	57
6.3.3 IMPOSICIÓN SOBRE EL CONSUMO	58
6.3.4 OTROS IMPUESTOS Y TASAS	59
6.4 TRATAMIENTO FISCAL DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA	59
7 FINANCIACIÓN	59
7.1 SISTEMA FINANCIERO	59
7.2 LÍNEAS DE CRÉDITO, ACUERDOS MULTILATERALES DE FINANCIACIÓN	63
7.3 ACUERDO DE COOPERACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA CON	

ESPAÑA	63
8 LEGISLACIÓN LABORAL	64
8.1 CONTRATOS	64
8.2 TRABAJADORES EXTRANJEROS	64
8.3 SALARIOS, JORNADA LABORAL	68
8.4 RELACIONES COLECTIVAS; SINDICATOS; HUELGA	70
8.5 SEGURIDAD SOCIAL	70
9 INFORMACIÓN PRÁCTICA	70
9.1 COSTES DE ESTABLECIMIENTO	72
9.2 INFORMACIÓN GENERAL	73
9.2.1 FORMALIDADES DE ENTRADA Y SALIDA	73
9.2.2 HORA LOCAL, VACACIONES Y DÍAS FESTIVOS	74
9.2.3 HORARIOS LABORALES	74
9.2.4 COMUNICACIONES Y CONEXIONES CON ESPAÑA	74
9.2.5 MONEDA Y TIPO DE CAMBIO	77
9.2.6 LENGUA OFICIAL Y RELIGIÓN	78
9.3 OTROS DATOS DE INTERÉS	79
9.3.1 CONDICIONES SANITARIAS	79
9.3.2 ALOJAMIENTO Y HOTELES	79
9.3.3 SISTEMA EDUCATIVO. COLEGIOS	80
9.3.4 CORRIENTE ELÉCTRICA	82
9.4 DIRECCIONES ÚTILES	82
10 ANEXOS	88
10.1 CUADRO DE DATOS BÁSICOS	88
CUADRO 1: DATOS BÁSICOS DEL PAÍS	88
10.2 CUADRO DE PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS ...	89
CUADRO 2: PRINCIPALES INDICADORES MACROECONÓMICOS	89
10.3 INSTITUCIONES INTERNACIONALES Y ECONÓMICAS DE LAS QUE EL PAÍS ES MIEMBRO	91
CUADRO 3: ORGANIZACIONES INTERNACIONALES ECONÓMICAS Y COMERCIALES DE LA QUE EL PAÍS ES MIEMBRO	91
10.4 CALENDARIO GENERAL DE FERIAS DEL PAÍS	91

1 PANORAMA GENERAL

1.1 SITUACIÓN, SUPERFICIE, SUPERFICIE AGRÍCOLA, RELIEVE Y CLIMA

Los Estados Unidos de América son el cuarto país más grande del mundo en extensión, gracias a una superficie de 9.826.675 km² (el 47% de los cuales son superficie agraria y el 29% son terreno forestal) y una extensión de 4.500 Km. de este a oeste y 2.575 Km. de Norte a Sur. (Fuente: CIA, The World Factbook,

<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2147.html>).

La superficie continental de los EE.UU. limita al Norte con Canadá, al Sur con Méjico, al Este con el océano Atlántico y el mar Caribe y al Oeste con el océano Pacífico.

A grandes rasgos, el territorio estadounidense se puede considerar como una gran depresión bordeada al Oeste por tierras altas y por pequeñas montañas al Este. Las llanuras centrales se extienden desde Canadá hasta el Golfo de Méjico, limitadas en el Oeste por las montañas Rocosas y en el Este por la cordillera de los Apalaches, que atraviesa el continente desde la región de la frontera con Canadá, hasta no lejos de la gran llanura costera del Sur, en el Golfo de Méjico. Al Oeste de las Rocosas se elevan las cordilleras costeras de las Cascadas y las Sierras, con cumbres que sobrepasan los 4.000 metros de altitud. Al Sur y al Este de los Apalaches se extiende una llanura costera, estrecha al Norte, que va ensanchándose al Sur de Nueva York.

El río Mississippi (3.705 Km.) y sus afluentes, el Missouri (4.127 Km.) y el Ohio (1.571 Km.), conforman el mayor sistema fluvial de Estados Unidos (Fuente: *U.S. Geological Survey, Department of the Interior*). Los tres son navegables, el Ohio en todo su recorrido.

Dada su enorme extensión, los Estados Unidos poseen una gran variedad de climas regionales y locales, aunque con predominio del de tipo continental en la zona atlántica y en el interior del país. En el sudeste se da un clima continental húmedo, tropical en Florida, árido en las Rocosas, y oceánico y mediterráneo en el sudoeste. En Alaska, los inviernos son extremadamente fríos (hasta -40 grados C en algunas zonas) y los veranos relativamente suaves. Hawái disfruta de un clima templado a lo largo de todo el año.

1.2 DEMOGRAFÍA Y SOCIEDAD

La población de los Estados Unidos de América ascendía, según el último censo del U.S. Census Bureau publicado en febrero de 2011, a 308.745.538 habitantes (<http://www.census.gov/population/www/index.html>), con una densidad de población relativamente baja, en torno a los 31 hab./km² (compárese con los 80 hab./km² de España). La población estimada a 1 de enero 2015 es de 322.449.557 habitantes.

El continuo caudal migratorio ha sido una de las principales fuentes de mantenimiento del crecimiento demográfico en este país y le ha dado a la población una gran variedad étnica, religiosa y cultural. Los residentes legalizados nacidos en el extranjero ascienden a 41,3 millones, en torno al 13% de la población de los Estados Unidos (datos basados en la American Community Survey de 2013).

Principales indicadores demográficos

POBLACIÓN TOTAL (Habitantes)	
Datos de censo (1 de abril de 2000)	281.421.906
Datos de censo (1 de marzo de 2010)	308.745.538
Población estimada (1 enero 2015)	322.449.557
Densidad demográfica (estimación 2010)	33,7
Tasa de crecimiento natural (estimación 2011)	5,45
Tasa de crecimiento migratorio (estimación 2011)	4,18
Población urbana 2010 (79% según Censo del 2000)	82%
Esperanza de vida (2011)	78,37

Fuente: US Census Bureau, CIA World Factbook 2011

Por grupos étnicos, cabe destacar el crecimiento experimentado durante la última década de la población hispana (+43% respecto al censo de 2000), que con 50,5 millones de personas supone ya un 16,3% de la población total, alcanzando porcentajes superiores al 35% en estados del Sur y Suroeste como California, Arizona y Tejas. En términos de razas, la población blanca engloba un 72,4% (incluida latina o hispana), siendo el grupo racial más numeroso; a continuación se sitúan la población negra (12,6% del total), asiática (4,8%) e india americana (0,9%). El resto de razas suman un 9,3%, según datos del censo de 2010 estadounidense (<http://www.census.gov>).

Población urbana y de las principales ciudades

La población se concentra entre California y la costa Este, sumando un 49,34% conjuntamente. Sus principales áreas metropolitanas son los siguientes: New York, Los Angeles, Chicago, Dallas, Filadelfia, Houston, Washington DC, Miami, Atlanta, Boston y San Francisco.

Población de las principales áreas metropolitanas estadounidenses

Área metropolitana	Millones de Hab.
Nueva York	18,9
Los Angeles	12,83
Chicago	9,46
Dallas-Fort Worth	6,37
Filadelfia - Candem - Wilmington	5,96
Houston - Sugarland - Baytown	5,94
Washington DC - Arlington - Alexandria	5,58
Miami - Fort Lauderdale	5,56
Atlanta - Sandy Springs	5,27
Boston - Cambridge	4,55
San Francisco - Oakland - Fremont	4,33

Fuente: US Census Bureau: Census 2010.

La proporción de mujeres sobre el total de la población estadounidense es ligeramente mayor que la de hombres para todos los rangos de edades. En su total, el 50,7% de la población es femenina.

Si se estructura la población por edades, las proporciones son las siguientes:

Distribución de la población por edades

DISTRIBUCIÓN DE LA POBLACIÓN POR EDADES		
Censo de 2010	Habitantes	%
Población Total	308.745.538	100
Menores de 5 años	20.201.362	6,5
De 5 a 15 años	45.268.671	14,7
De 16 a 65 años	203.007.521	65,8
Más de 65 años	40.267.984	13,0

Fuente: US Census Bureau, "Age and Sex Composition: 2010. 2010 Census Briefs".

1.3 PIB PER CAPITA Y DISTRIBUCIÓN DE LA RENTA

La renta per cápita en EE.UU fue de 54.662 dólares en el año 2014, comparada con 52.984 dólares en el 2013.

El coeficiente de Gini en Estados Unidos se sitúa por encima del 0,46 desde el año 2000. Según las cifras publicadas por el *US Census Bureau*, el dato para 2010 (último censo disponible) aumenta hasta el 0,469. Esta cifra contrasta fuertemente con el índice registrado en la Unión Europea, que se sitúa alrededor del 0,3.

1.4 POBLACIÓN ACTIVA Y DESEMPLEO

La tasa de actividad es alta en los EE.UU, 62,9% para el año 2014 y más alta para los hombres (69,2%) que para las mujeres (57,0%). La población activa asciende a 155,92 millones de personas, de las que el 46,8% son mujeres.

La mayor parte del empleo se concentra en los servicios (en torno al 70%). Entre estos destaca el comercio (15,2% de los empleados) y los servicios profesionales y a empresas (13,5%), los servicios sanitarios y de asistencia social (12,8%) y el ocio y la restauración (10,3%). El empleo público supone el 15,7% del empleo total, siendo la mayor parte de éste a nivel estatal y local ya que el empleo de la Administración federal sólo supone el 12,5% del total del empleo público.

El sector secundario aglutina el 13,8% del empleo, desglosándose en un 0,6% en la minería, un 4,4% en la construcción y un 8,8% en la industria manufacturera.

La agricultura, ganadería, silvicultura y pesca tan sólo representa alrededor del 1,5% del empleo total.

Como puede apreciarse en el gráfico, más abajo, la tasa de desempleo media durante 2011 fue del 8,9%, lo que equivalía a 13,7 millones de parados. Después de registrarse una tasa de desempleo de 4,6% en 2007, y del 5,8% en 2008, el número de desempleados aumentó a gran velocidad hasta situarse en un tasa del 9,3% en 2009 y un 9,6% en 2010. A partir del 2011 la tasa de desempleo se ha ido reduciendo hasta situarse en el 5,6% a finales del año 2014, acercándose al pleno empleo.

En cuanto a la creación de empleo, durante el año 2014 se crearon una media de 246.000 puestos de trabajo al mes frente a los 194.000 empleos por mes creados en el año 2013. El número total de desempleados se sitúa alrededor de la cifra de 8 millones de personas. Además, hay 90 millones de habitantes fuera de la población activa.

1.5 ORGANIZACIÓN POLÍTICO-ADMINISTRATIVA

1.5.1 SISTEMA DE GOBIERNO, PARTIDOS POLÍTICOS Y DIVISIÓN DE PODERES

Tras más de doscientos años de existencia, en el sistema democrático constitucional de EE.UU. se ha consolidado la alternancia en el gobierno de los dos grandes partidos, el Republicano (<http://www.gop.com>) y el Demócrata (<http://www.democrats.org/>).

Estados Unidos es una república constitucional, presidencial y federal. Su forma de gobierno es conocida como democracia presidencialista por los poderes que la Constitución confiere al presidente. La elección del presidente es indirecta a través de un colegio electoral. Hay auténtica división entre los poderes ejecutivo, legislativo y judicial. Todo el sistema estadounidense se basa en la filosofía del control y el equilibrio entre los tres poderes.

El **Presidente** elige a los miembros de su Gabinete, aunque deben ser confirmados por el Senado. Igualmente se le encomiendan las siguientes funciones: actuar como Comandante en Jefe de las Fuerzas Armadas, firmar los Tratados y ejecutar las leyes federales. Además, el Presidente instrumenta el calendario político de su partido. A diferencia de lo que ocurre en la mayoría de las democracias parlamentarias, los miembros del Gabinete no pueden ser a la vez miembros del Congreso.

El Vicepresidente, cuyo período de mandato es igual al del Presidente, además de ser Presidente del Senado es designado para suceder al Presidente en caso de fallecimiento o destitución del primero durante su mandato y hasta que se lleven a cabo nuevas elecciones. Las funciones ejecutivas del Vicepresidente incluyen la participación en las reuniones del Consejo de Seguridad Nacional, así como todas aquellas que el Presidente le encomiende por delegación.

El **poder legislativo** reside en el Congreso de los EE.UU. que se compone de dos Cámaras: La Cámara de Representantes y el Senado. El Senado está formado por 100 senadores (dos por cada Estado). La Cámara de Representantes cuenta con 435 miembros con voto (en número proporcional a la población de los Estados que representan), a los que hay que añadir otros cinco miembros sin voto en el pleno de la Cámara, aunque sí pueden votar en los Comités. Estos últimos son un "Resident Commissioner" por el Estado Libre Asociado de Puerto Rico, y cuatro Delegados representando al Distrito de Columbia, Guam, Samoa y las Islas Vírgenes. Tanto los Senadores como los Representantes son elegidos por sufragio universal directo.

En lo que se refiere a las **elecciones** para el Legislativo éstas se producen cada dos años, en años pares. Los Representantes (Cámara Baja) se presentan a elecciones cada dos años, mientras que los Senadores (Cámara Alta) lo hacen cada seis (el Senado se renueva por un tercio cada dos años).

Las últimas elecciones presidenciales se celebraron el 6 de noviembre de 2012. Tras una intensísima campaña electoral y unas encuestas que pronosticaban un resultado muy igualado, el Presidente Obama fue reelegido para un segundo mandato por un margen más amplio de lo esperado. Los resultados le otorgaron 332 votos electorales, muy por encima de los 270 votos necesarios para ser elegido, frente a 206 para Romney.

En cuanto a elecciones legislativas, las últimas se celebraron el 4 de noviembre de 2014. En el Congreso, los Republicanos mantienen su control en la Cámara de Representantes, con 247 escaños de los 435 posibles (234 en 2012), frente a 188 escaños de los Demócratas (201 en 2012). En el Senado, los republicanos arrebataron la mayoría a los demócratas con un total de 54 escaños, frente a los 46 de los demócratas. Con esto, el partido republicano ha conseguida la mayoría más acusada desde el Congreso del año 1929.

Respecto de la elección de Gobernadores, el panorama general actual es de 31 Gobernadores Republicanos frente a 18 Demócratas, con un gobernador independiente en el estado de Alaska.

El **proceso legislativo**. Los proyectos de ley son introducidos por congresistas en

ambas Cámaras. Una vez han sido admitidos a trámite, son examinados por los Comités correspondientes, que deben aprobarlos antes de presentarlos en el Pleno. El Presidente carece de iniciativa legislativa.

Los proyectos han de ser aprobados por ambas Cámaras (mayoría simple). Cuando los proyectos de ley aprobados por ambas Cámaras sobre una misma materia son diferentes, se crea un Comité Mixto (Conferencia) que debe llegar a un texto consensuado, que se somete nuevamente a la aprobación de los respectivos Plenos.

Las leyes han de ser aprobadas por ambas Cámaras y ratificadas por el Presidente, que tiene derecho de veto. En caso de ejercer este derecho, la ley sólo podrá ser promulgada si se logra una mayoría favorable a la misma de dos tercios de los votos en ambas Cámaras.

El **sistema judicial** norteamericano se compone de tribunales federales y estatales. El reparto de competencias se basa en el Artículo III de la Constitución. Con carácter general, los **tribunales federales** tienen jurisdicción sobre cuestiones federales (casos en los que Estados Unidos es parte, violaciones de la Constitución o leyes federales, controversias entre Estados o con Estados extranjeros, quiebras, derechos de autor y derecho marítimo) y casos con diversidad de jurisdicción (entre personas físicas o jurídicas domiciliadas en diferentes Estados y cuantías superiores a 75.000 dólares). Sin embargo, la mayoría de los asuntos que se dirimen en los tribunales norteamericanos tienen lugar en los tribunales **estatales** (derecho mercantil, contractual, responsabilidad, etc.).

El sistema judicial federal está compuesto por tribunales de primera instancia (*District courts*), tribunales de apelación (*Court of appeals*) en 12 distritos y el **Tribunal Supremo**, la máxima institución jurídica de la nación y el único tribunal federal expresamente establecido por la Constitución. Lo componen nueve magistrados nombrados por el Presidente y que, con aprobación preceptiva del Senado, actúan con carácter vitalicio. El Tribunal Supremo tiene capacidad de veto legislativo y de impugnación de aquellas acciones que considere inconstitucionales.

Cada Estado cuenta con su propio sistema judicial, de estructura similar al federal, con un Tribunal Supremo y tribunales inferiores con jurisdicción civil y penal.

Dentro de las particularidades del sistema legal estadounidense destacan su origen establecido en la *Common Law*, basado en la jurisprudencia y el precedente, y la figura del jurado, establecida expresamente en la Constitución.

Para mayor información sobre el sistema legal estadounidense se pueden consultar las páginas del U.S. Department of Justice y la American Bar Association.

1.5.2 ORGANIZACIÓN ADMINISTRATIVA Y TERRITORIAL DEL ESTADO

Los Estados Unidos se organizan territorialmente en 50 Estados más el Distrito de Columbia. Además, incluye Territorios y Posesiones Insulares en el Pacífico (Guam, Islas Marianas) y en el mar de las Antillas (Islas Vírgenes), así como el Estado libre Asociado de Puerto Rico.

Cada estado cuenta a su vez con un poder ejecutivo, un poder legislativo y un poder judicial.

El poder ejecutivo lo detenta la figura del gobernador, que constituye la más alta autoridad en cada estado. En la actualidad (2015), de los 50 gobernadores, 18 son demócratas, 31 republicanos y uno independiente.

Respecto del poder legislativo, cada uno de los 50 estados, con la excepción de Nebraska, cuyo sistema es unicameral, posee su propio sistema legislativo bicameral.

Los estados poseen además competencias y atribuciones en aspectos fiscales y de justicia.

La mayoría de los estados de EE. UU., elabora y aprueba presupuestos estatales anuales.

El proceso de aprobación es similar en la mayoría de estados, con la preparación de programas de gasto a cargo de cada una de las agencias estatales, que son posteriormente remitidos al Departamento de Presupuestos y Planificación. Éste examina los distintos programas y transmite sus resultados al gobernador (generalmente a finales de otoño de cada año), quien conjuntamente con su gabinete debe preparar una propuesta en forma de Ley, que es remitida a su vez a la Asamblea General. Junto con dicha propuesta (*Budget Bill*) se suele incluir un "documento de presupuestos" (*Budget Document*), donde recoge las propuestas incluidas en el presupuesto de una forma más comprensible y explicada. Tras su discusión y aprobación en ambas Cámaras (Cámara de Representantes y Senado), el texto final aprobado es de nuevo remitido al Gobernador para su firma, teniendo éste poder para firmarlo, vetarlo (total o parcialmente) o solicitar modificaciones, lo que obligaría a devolverlo a la Asamblea General para la valoración de las mismas.

Por otro lado, y al contrario que la Administración federal estadounidense, la mayoría de los estados de EE. UU. cuentan, ya sea en sus constituciones o en sus estatutos, con legislación que exige el equilibrio presupuestario (siguiendo el criterio de caja) para la aprobación de sus presupuestos. En la mayoría de los casos, dicho compromiso incluye únicamente lo relativo a ingresos y desembolsos recogidos en el denominado presupuesto operativo, asociado a ingresos y gastos del *General Fund*, que incluye como ingresos la mayoría de impuestos estatales y como gastos los relacionados con el mantenimiento de la Administración, Sanidad, Educación, Justicia, etc. (esto es, el gasto corriente).

A raíz del inicio de la crisis económica en 2007, numerosos estados han encontrado crecientes problemas para cerrar el diferencial entre ingresos y gastos del *General Fund* y, con ello, para cerrar sus presupuestos cumpliendo el criterio de equilibrio presupuestario. Desde la aprobación de la *American Recovery and Reinvestment Act* (ARRA) en 2009, los estados recibieron fondos federales extraordinarios que les permitieron equilibrar sus presupuestos. Sin embargo, para el año fiscal 2012 dichos fondos dejados de estar disponibles, lo que supuso la necesidad de buscar nuevas vías de equilibrio. Dicho reequilibrio ha pasado por una reducción del gasto corriente, y se apunta al gasto sanitario, educación primaria y secundaria pública y empleo público como vías de recorte. Paralelamente, en algunos estados dichos recortes han venido acompañados de un aumento de la fiscalidad, principalmente a través del *Sales and Use Tax* (similar al IVA español) y los impuestos sobre tabaco e hidrocarburos, así como de una simplificación del sistema de exenciones fiscales.

1.5.3 LA ADMINISTRACIÓN ECONÓMICA Y SU DISTRIBUCIÓN DE COMPETENCIAS

El gabinete presidencial está formado por el Presidente de los EE.UU, Barack Obama; el Vicepresidente de los EE.UU. y Presidente del Senado, Joseph R. Biden; y quince Secretarios de distintas áreas.

Los Asuntos Exteriores son responsabilidad del **Departamento de Estado** (<http://www.state.gov>), dirigido por el Senador John Kerry como nuevo Secretario de Estado, en sustitución de Hillary Clinton. Dentro del Departamento se encuentran también:

- Deputy Secretary of State: William J. Burns
- Under Secretary for Political Affairs: Wendy R. Sherman, de la que dependen los directores generales para cada región. Roberta Jacobson se ocupa del Hemisferio Occidental.
- **Under Secretary for Economic Growth, Energy and the Environment:**

Catherine A. Novelli. Confirmada por el Senado en febrero de 2014. Asesora al Secretario de Estado en materia de política económica internacional y lidera el trabajo del Departamento en áreas que abarcan desde el comercio, agricultura y aviación, hasta las relaciones bilaterales con los socios económicos de EE.UU. El nuevo Assistant Secretary for Economic and Business Affairs es Charles Ravkin, que sustituye a Jose W. Fernandez.

- Under Secretary for Arms Control and International Security: Rose Gottemoeller, interina. Consejera del Presidente y el Secretario de Estado para control de armas, no proliferación y desarme. Participa en las reuniones del Consejo de Seguridad Nacional (CSN) relacionados con su campo de acción. Está en contacto con el Presidente a través del Secretario de Estado y con los miembros del CSN. Responsable además de la política internacional de seguridad de los EE.UU.
- Under Secretary for Public Diplomacy and Public Affairs: vacante
- Under Secretary for Management: Patrick F. Kennedy.
- Under Secretary for Civilian Security, Democracy and Human Rights: Vacante

Los Departamentos más relacionados con la gestión económica son los siguientes:

Departamento del Tesoro (<http://www.treasury.gov/>) Competencias en fiscalidad, financiación internacional, deuda pública, tesoro, supervisión de instituciones financieras y aduanas. El nuevo Secretario es Jacob Lew, que sustituye a Timothy F. Geithner. El Deputy Secretary es Sarah Bloom Raskin. Otros altos cargos del Departamento:

- Under Secretary for Terrorism and Financial Intelligence: David S. Cohen
- Under Secretary for International Affairs: Nathan Sheets
- Assistant Secretary for Economic Policy: Janice Eberly
- Assistant Secretary for International Finance: Charles Collyns
- Assistant Secretary for Financial Institutions: Cyrus Amir-Mokri
- Assistant Secretary for Financial Markets: Mathew Rutherford
- Assistant Secretary for Financial Stability: Richard Gregg

Departamento de Comercio (<http://www.commerce.gov>) Competencias en desarrollo económico y tecnológico, defensa de la competencia, PYMES, turismo y comercio exterior (control exportaciones, medidas defensa comercial, promoción exportación). La nueva Secretaria es Penny Pritzker.

- Under Secretary for Industry and Security: Eric L. Hirschorn
- Assistant Secretary for Economic Development: vacante
- Under Secretary for International Trade: Kenneth E. Hyatt, interino.
- Under Secretary and Administrator for NOAA (National Oceanic and Atmospheric Administration): Kathryn D. Sullivan, interina.
- Under secretary for Standards and Technology y Director del National Institute of Standards and Technology (NIST): Patrick D. Gallagher
- Under Secretary for Intellectual Property y Director del Patent and Trademark Office (USPTO): vacante

International Trade Administration (<http://www.trade.gov>) El máximo responsable es Kenneth E. Hyatt, interino.

Oficina del Representante Comercial (<http://www.ustr.gov>) El USTR es el responsable de la política comercial exterior (negociaciones comerciales y OMC). El nuevo USTR es Michael Froman y los vicerepresentantes (Deputy U.S. Trade Representatives) son: Wendy Cutler (interina, sustituyendo a Mirian Sapiro) y Michael Punke (Embajador ante la OMC en Ginebra).

Departamento de Transporte (<http://www.dot.gov>) El nuevo Secretario de Transportes es Anthony Foxx y el Deputy Secretary interino es Victor Mendez.

- Under Secretary for Policy: Peter M. Rogoff, interino

- Assistant Secretary for Aviation and International Affairs: Susan Kurland
- Federal Aviation Administration: <http://www.faa.gov> Administrador: Michael Huerta
- Federal Railroad Administration: <http://www.fra.dot.gov> Administrador: Joseph C. Szabo
- Maritime Administration: <http://www.marad.dot.gov> Administrador interino: Paul N. Jaenichen Sr
- Federal Highway Administration: <http://www.fhwa.dot.gov> Administrador: Víctor Mendez
- Federal Motor Carrier Safety Administration: <http://www.fmcsa.dot.gov> Administrador : Anne S. Ferro
- Federal Transit Administration: <http://www.fta.dot.gov> Administrador: Peter M. Rogoff
- Surface Transportation Board - <http://www.stb.dot.gov> Presidente: Daniel R. Elliot III
- National Highway Traffic Safety Administration: <http://www.nhtsa.dot.gov> Administrador interino: David Friedman
- Pipeline and Hazardous Materials Safety Administration <http://phmsa.dot.gov> Administrador : Cynthia L. Quarterman
- Research and Innovative Technology Administration. <http://www.rita.dot.gov> Administrador: vacante. Deputy: Greg Winfree.

Departamento de Agricultura (<http://www.usda.gov>) El Secretario es Tom Vilsack y la Deputy Secretary es Kathleen Merrigan.

- Under Secretary for Natural Resources and Environment: Harris Sherman
- Under Secretary for farm and Foreign Agricultural Services: Michael T. Scuse
- Under Secretary for Food Safety: Elisabeth A. Hagen
- Under Secretary for Marketing and Regulatory Programs: Ed Avalos
- Investigación, Educación y Economía (ARS): Catherine Woteki

Departamento de Trabajo (<http://www.dol.gov>) El Secretario es Thomas E. Perez, nombrado en julio de 2013. La Deputy Secretary, interina, es M. Patricia Smith.

- Administración de Empleo y Formación (ETA): Eric Seleznow
- Oficina de Asuntos Laborales Internacionales (ILAB): Carol Pier
- Corporación de Garantía de las Pensiones (PBGC): Joshua Gotbaum
- Administración de Seguridad Ocupacional y Salud (OSHA): David Michaels
- Administración de Seguridad de los Derechos de los Trabajadores (EBSA): Phyllis Borzi.

Departamento de Energía (<http://www.energy.gov>) El nuevo Secretario es Ernest Moniz.

- Deputy Secretary of Energy: Daniel Poneman
- Under Secretary for Science and Energy: Vacante
- Under Secretary for Nuclear Security: Edward B. Held, interino.

Departamento de Sanidad y Servicios Sociales (<http://www.hhs.gov>) La Secretaria es Sylvia Mathews Burwell.

Food & Drug Administration (<http://www.fda.gov>) Directora: Margaret A. Hamburg

National Institutes of Health (<http://www.nih.gov>) Director: Francis S. Collins

Departamento de Homeland Security (<http://www.dhs.gov>) Tiene tres funciones principales: preservar la seguridad nacional, reducir el grado de vulnerabilidad del país y minimizar el daño de posibles ataques o desastres naturales. Su Secretario es Jeh Johnson.

Coast Guard (<http://www.uscg.mil>) Comandante: Almirante Thad W. Allen.

Consejo de Asesores Económicos (www.whitehouse.gov/cea) El presidente Austan Goolsbee, que sustituyó a Cristina Romer, renunció a este cargo en junio de 2011. Tras Alan Krueger, el actual presidente es Jason Furman, nombrado el 1 de agosto de 2013. Integrado en la Oficina Ejecutiva del Presidente. Asesora al Presidente y analiza las diversas políticas económicas.

Consejo Económico Nacional (www.whitehouse.gov/nec) Su director hasta septiembre de 2010 fue Lawrence H. Summers. En enero de 2011 fue sustituido por Gene Sperling, hasta entonces asesor del Secretario del Tesoro. Tiene como funciones coordinar y asesorar al presidente sobre la toma de decisiones de política económica en la esfera nacional.

Oficina de Gestión y Presupuesto (www.whitehouse.gov/omb) Tras Peter Orzag y Jacob Lew, como directores, actualmente la directora es Sylvia Mathews Burwell. Integrada en la Oficina Ejecutiva del Presidente. Supervisa la elaboración del proyecto de presupuestos del Presidente y la ejecución presupuestaria de las agencias federales.

Reserva Federal (<http://www.federalreserve.gov>) Tras el mandato de Ben Bernanke, la nueva Presidenta es Janet Yellen. Entidad responsable de la política monetaria y supervisión bancaria.

Securities and Exchange Commission (<http://www.sec.gov>) Presidenta: Mary Jo White. La misión de la SEC es proteger las inversiones y mantener justicia, orden y eficiencia en los mercados, además de facilitar la formación de capital.

President's Economic Recovery Advisory Board (PERAB) Presidente: Paul Volcker. Es un panel de expertos en economía, trabajo, educación, etc que asesora al presidente de manera externa. No forman parte del gobierno.

Public Company Accounting Oversight Board (<http://www.pcaobus.org>) Presidente James R. Doty. Es una institución privada sin ánimo de lucro.

Comisión Federal de Comunicaciones (<http://www.fcc.gov>) La presidenta interina es Mignon Clyburn. Agencia federal independiente controlada por el Congreso que regula el sector de las telecomunicaciones en sus diferentes ámbitos.

Federal Energy Regulatory Commission (<http://www.ferc.gov>) Presidente: Jon Wellinghoff. Office of External Affairs: Leonard Tao.

Environmental Protection Agency (www.epa.gov) La nueva Administradora es Gina McCarthy .

Export-Import Bank (<http://www.exim.gov>) Agencia de crédito oficial a la exportación, el homólogo de CESCE en EE.UU., aunque existe otra agencia que se encarga del seguro de crédito. El presidente es Fred P. Hochberg. Credit and Risk Management: Kenneth M. Tinsley. International Relations: Piper Starr.

Federal Procurement Policy Office (www.whitehouse.gov/omb/procurement/index.html) Administrador: Daniel Gordon.

Internal Revenue Service (www.irs.gov) Commissioner interino: Steven T. Miller. Sus funciones son equiparables a las de la Agencia Estatal de Administración Tributaria española.

International Trade Commission (<http://www.usitc.gov>) Chairman: Irving A. Williamson.

Millenium Challenge Corporation (MCC) (<http://www.mcc.gov>) Agencia de ayuda al desarrollo cuya acción se ha concentrado en 7 países que cumplen una serie de criterios. Esta iniciativa se plasma en la Millenium Challenge Account (MCA), que es la que financia los programas negociados entre la Administración estadounidense y los países receptores. Su presidente es John Kerry y el Consejero Delegado es Daniel W. Yohannes.

National Aeronautics and Space Administration (<http://www.nasa.gov>) Administrador Charles F. Bolden Jr.

Overseas Private Investment Corporation (<http://www.opic.gov>) Facilita productos financieros, como préstamos, garantías, seguro contra el riesgo político o apoyo a fondos de inversión, a los inversores de EE.UU en mercados emergentes. Presidente y CEO: Elisabeth L.Littlefield.

Social Security Administration (<http://www.ssa.gov>) Comisaria interina: Carolyn W. Colvin.

USAID (<http://www.usaid.gov>) Es la agencia estadounidense de cooperación al desarrollo. Su objetivo es la expansión de la democracia y el libre mercado en el mundo, a la vez que la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos en los países en desarrollo. Su Administrador es Rajiv Shah.

1.6 RELACIONES INTERNACIONALES/REGIONALES

Estados Unidos está presente en prácticamente todas las organizaciones internacionales de carácter multilateral y en sus relaciones comerciales con otros países EE.UU. defiende la liberalización del comercio mundial, compatibilizando este objetivo con prioridades de orden interno de carácter proteccionista.

Estados Unidos es miembro fundador de la Organización Mundial del Comercio (OMC) y ha suscrito diversos acuerdos comerciales de carácter multilateral, regional o bilateral con un gran número de países.

Se puede obtener información actualizada de las relaciones comerciales de EE.UU. en las siguientes páginas web del US Trade Representative y del Departamento de Estado:

Office of the United States Trade Representative (USTR): <http://www.ustr.gov/>
Bureau of International Organization Affairs (oficina encargada de las relaciones con la ONU y demás organismos internacionales): www.state.gov/p/io/
Bureau of Resource Management (oficina que distribuye los fondos destinados a los distintos organismos internacionales): www.state.gov/s/d/rm/rls/
African Growth and Opportunity Act: <http://agoa.info/>

En el área de cooperación económica y ayuda al desarrollo, Estados Unidos cuenta con las siguientes instituciones:

USAID

La Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional (USAID) es la agencia federal independiente responsable de planificar y administrar la asistencia económica y humanitaria exterior de los Estados Unidos en todo el mundo.

Tiene un presupuesto algo inferior a la mitad del 1 por ciento del presupuesto federal y se organiza con el doble propósito de apoyar los intereses de la política exterior americana, expandiendo la democracia y el libre mercado y, al mismo tiempo, contribuir al desarrollo de otros países.

Millennium Challenge Corporation

La Millennium Challenge Corporation (MCC) es una institución de la Administración federal de los Estados Unidos, creada en enero de 2004, con objeto de trabajar con algunos de los países más pobres del mundo.

Dirigida por una Oficina Ejecutiva y coordinada por una Asamblea de Directores, MCC recibe fondos anuales por parte del Congreso para cumplir los llamados objetivos del Millennium Challenge Account (MCA).

Para que un país resulte elegido para recibir asistencia del MCC debe cumplir 17 indicadores de transparencia e independencia política.

El axioma fundamental en que se basa la Iniciativa MCC es el de considerar que la ayuda es más efectiva cuanto más se refuercen las instituciones públicas de los países, la libre economía y el clima de inversión. La misión última es reducir la pobreza global a través del crecimiento económico sostenible.

2 MARCO ECONÓMICO

2.1 ESTRUCTURA DE LA ECONOMÍA

PIB.

El crecimiento anualizado del PIB en el segundo trimestre de 2015 se sitúa en el 3,7% (segunda estimación), **tras el escaso aumento del 0,6% en el primero** que en buena medida se debió a motivos climatológicos. Aquel dato refleja la contribución positiva del consumo privado, las exportaciones, la inversión fija residencial y del gasto público estatal y local. Las importaciones, que restan, aumentaron.

En su conjunto, el PIB creció el 2,4% en 2014, frente al 1,5% en 2013.

Analizando con más detalle el crecimiento del PIB en el segundo trimestre de 2015, el **consumo privado** aumentó el 3,1%, frente al 1,8% del trimestre anterior. La **inversión privada** total aumentó un 5,2% tras el aumento del 8,6% del trimestre anterior. La inversión privada no residencial creció un 3,2%, frente al crecimiento del 1,6% del trimestre anterior. Por su parte, la inversión residencial aumentó un 7,8%, tras el incremento del 10,1% en el trimestre anterior.

Los **gastos corrientes y de inversión bruta públicos** experimentaron un aumento del 2,6% en el segundo trimestre tras la contracción del -0,1% del trimestre anterior. **El gasto federal en defensa creció un 0,3%**, tras aumentar un 1,0% el trimestre pasado. Las **exportaciones** de bienes aumentaron un 5,2%, frente a una contracción del 6,0% en el anterior trimestre. Las **importaciones** de bienes, por su parte, aumentaron un 2,8%, tras haberlo hecho en 7,1% el trimestre anterior.

Si analizamos la **aportación de cada uno de los componentes del PIB**, observamos que durante el segundo trimestre de 2015 el **consumo privado** aportó 2,11 puntos al crecimiento, frente a los 1,19 puntos que aportó en el primer trimestre de 2015. Por su parte, la **inversión privada en capital fijo** aportó 0,66 puntos (había aportado 0,52 puntos en el primer trimestre), mientras que la inversión en existencias aportó 0,22 puntos (sumó 0,87 puntos en el trimestre anterior). Las **exportaciones** de bienes aportaron 0,65 puntos, tras haber restado 0,81 puntos en el trimestre anterior. La evolución de las **importaciones** de bienes restó 0,42 puntos, tras restar 1,12 puntos en el trimestre anterior. Por último, la evolución de las **compras e inversión públicas** sumó 0,47 puntos al crecimiento del PIB, tras restar 0,01 puntos en el primer trimestre.

Precios.

La variación interanual del IPC al finalizar 2014 se situó en el **0,8%**, lejos aún del 2%

deseado por la Reserva Federal. La **inflación subyacente**, i.e., la inflación excluyendo los precios de los alimentos y la energía, en un 1,6%. Durante los dos primeros trimestre de 2015 la inflación subyacente ha mantenido una tónica similar a la indicada.

El **índice de precios de la energía** cayó en picado durante los últimos meses del año 2014. Desde febrero 2015 acabaron las caídas intermensuales de los precios energéticos, con la excepción del mes de abril. En el mes de junio 2015 los precios de energía aumentaron un 1,7% en términos intermensuales, ahora bien, en términos interanuales, la caída es del -15,0%.

El **precio de la vivienda**, medido por el índice *S&P/Case Shiller 20-City Composite* no desestacionalizado, muestra una pequeña mejora en el año 2014. Los precios han recuperado un 28% desde el mínimo a principios de 2012, pero todavía están un 16% por debajo de los máximos de 2006. Durante 2015 los precios de la vivienda siguen creciendo a un ritmo apreciable, entre un 4% y 5% en términos interanuales.

Desempleo.

La tasa de desempleo, que era del 4,6% al inicio de la crisis y llegó a acercarse al 10%, se ha reducido de manera gradual hasta alcanzar el 5,7% en diciembre de 2014 y **5,3% en julio 2015**. El promedio mensual de empleos creados en 2014 se situó en 246.000, superior a media de 2013 que se situó por debajo de los 200.000 al mes. Durante el año 2015 la tendencia positiva de creación de empleo está continuando, pese a un arranque de año más modesto; la media de creación de empleo este año supera, de momento, los 200.000 puestos mensuales. El desempleo de larga duración también se ha visto reducido en los últimos años situándose en julio de 2015 en 2,2 millones de personas, o un 26,9% del total de desempleados.

Cuentas Públicas.

A efectos de comparación con otros países, el dato de **déficit del conjunto de las administraciones públicas en términos de año natural fue** del 5,8% en 2013 y bajó al **5,3% en 2014**, según el Fiscal Monitor del FMI. En el año natural 2014 las Administraciones públicas incurrieron en un déficit presupuestario de 920 millardos de dólares, un 4,8% menos que en el año 2013, que fue de 967 millardos de dólares.

En el año fiscal 2014 (octubre 2013 a septiembre 2014) **la Administración Federal** incurrió en un déficit presupuestario de 485 millardos de dólares, un 28% menos que en el año fiscal 2013 (680 millardos de dólares, que fue un 37% inferior al del 2012). Como porcentaje del PIB, el déficit federal ha bajado del 6,8% en 2012 al 4,1% en 2013 y al 2,8% en al año fiscal 2014.

Según la previsión de la Oficina Presupuestaria del Congreso, el déficit federal en el año fiscal 2015, que terminará el 30 de septiembre, se situará en el 2,6% del PIB.

Estructura del PIB por componentes del gasto.

Por el lado del gasto, el consumo privado destaca como motor de la actividad económica de EE.UU., aportando el 68,5% al Producto Interior en 2014. La inversión privada y el sector público -tanto consumo como inversión- representan un 16,4% y 18,2% del PIB, respectivamente.

En el año 2014, las exportaciones se han incrementado ligeramente, rompiendo con la tendencia a la baja de los dos años anteriores. No obstante, el déficit comercial ha aumentado en este último año debido al mayor aumento de las importaciones. Las exportaciones han crecido un 2,7% y suponen un 13,4% del PIB, mientras que las importaciones crecieron un 3,4% y suponen un 16,5% del PIB.

Respecto a los sectores de actividad, en el año 2014 el sector agropecuario supuso

un 1,1% del PIB, el sector industrial un 18,8% del PIB (siendo las manufacturas el apartado más importante, con un 11,2%) y el sector servicios acaparó el 80,1% de la actividad. Dentro de este último, los más notables son los servicios profesionales (13,5%), el comercio (13,0%), los servicios inmobiliarios (11,4%), los servicios de las administraciones públicas (11,3%) y los servicios financieros (6,3%).

2.2 EL SECTOR EXTERIOR

Comercio de mercancías

Durante el año 2014, las **exportaciones** estadounidenses de mercancías han alcanzado los 1.635 millardos de dólares, un 2,7% más que en el año 2013. Por su parte, las **importaciones** se han incrementado un 3,4%, siendo su suma total de 2.372 millardos de dólares.

El **déficit comercial** en 2014 se ha situado en 737 millardos de dólares, con una subida del 5,0%, respecto al año 2013. El déficit energético ha registrado una bajada del 20,1%, mientras que el déficit no energético se ha incrementado un 17,1%.

Principales socios comerciales

Los principales **clientes** de Estados Unidos son Canadá, la Unión Europea, México, China y Japón. Las **exportaciones** de mercancías dirigidas a Norteamérica (Canadá y México) representan el 33,8% del total y se han incrementado un 4,7% con respecto al mismo período de 2013. Por su parte, las ventas a Europa (20,5% del total) han crecido un 2,4%, siendo los países de la Unión Europea los que mayor porcentaje acaparan (16,9% del total) con una subida del 5,6% en tasa interanual.

Se debe subrayar que la importancia de China como socio comercial de Estados Unidos es aun relativamente pequeño, a pesar de que en la última década el país asiático ha pasado de representar un 2,1% del total de ventas de Estados Unidos al 7,6%, superando en 2007 a Japón.

Estados Unidos importa mercancías sobre todo de los países de la cuenca del Pacífico (34,1% del total), y de Canadá y México, que alcanzan una cuota del 27%, entre los dos. Observando la evolución de los últimos años, el cambio más significativo desde el punto de vista de los **proveedores** de Estados Unidos lo protagoniza China que ha pasado de ser el cuarto país en importancia con una cuota del 8,2% en 2000 al primero con una cuota del 19,7% en 2014. Japón ha sido el gran perjudicado del aumento de importancia de China, perdiendo cuota hasta llegar al 5,6% en 2014, situándose por detrás de China, Canadá y México.

Por su parte, y desde que estallara la crisis en 2008, España vio reducida su cuota de mercado como proveedor. Sin embargo la favorable evolución de las exportaciones españolas durante el último año 2014, han permitido que España recupere su cuota de mercado en Estados Unidos hasta un valor próximo al de antes de la crisis (0,61% en 2014).

Comercio de servicios

Las **exportaciones** estadounidenses de servicios durante el año 2014 suman 710,3 millardos de dólares, valor mayor en un 3,3% al del año anterior.

La principal exportación son *Otros servicios a empresas*, con un 44,7% del total, y un aumento interanual del 2,3%. A continuación, *Servicios Financieros* (25,2% del total), que se han incrementado un 3,4%, *Turismo* (12,6% del total) ha crecido un 2,8%, y *Servicios de telecomunicaciones y TI* (12,6% del total) ha subido un 6,4%.

En cuanto a las **importaciones de servicios**, han alcanzado en 2014 los 478,54 millardos de dólares, un 3,5% más que en el año 2013.

La principal importación son *Otros servicios a empresas* (41,2% del total) con un aumento del 3,7% respecto al 2013. A continuación, *Servicios Financieros* (23,3% del total), ha se han incrementado un 6,4%, *Turismo* (19,7% del total) ha crecido un 4,1%, y *Cargos por uso de propiedad intelectual* (10,1% del total) ha bajado un 4,0%.

Turismo

En 2014 EE.UU. recibió un total de 74,8 millones de visitantes, lo que representa un aumento del 6% respecto a 2011. Un 54% del turismo que recibió EE.UU. en 2014 provino de América del Norte (Canadá y México). Los cinco principales países de origen en 2014 fueron: Canadá, México, Reino Unido, Japón y Brasil.

Por otra parte, según datos de la Organización Mundial de Turismo (UN WTO), EE.UU. es el segundo receptor mundial en 2014, por detrás de Francia y por delante de China y España, y representa el 6,6 % de la cuota de mercado mundial.

En términos de gasto, sin embargo, EE.UU. representa el 14,2% del gasto mundial, situándose en primera posición, por delante de Francia y España. Los visitantes internacionales realizaron en 2014 un gasto de 220,8 millardos de dólares.

El sector turístico y de viajes representó en 2014 el 2,7% del PIB, dando empleo a 7,8 millones de personas.

Balanza de pagos

El déficit por cuenta corriente del año 2014 aumentó hasta los 389,5 millardos de dólares, desde los 376,8 de 2013.

Hay que destacar la **evolución positiva del superávit en balanza de servicios** (233 millardos en 2014 comparado con 224 millardos en 2010), además, la balanza de rentas también sigue su tendencia positiva, aumentando hasta 237 millardos en el año 2014 desde los 224 millardos en el año 2013.

El déficit en la **balanza de bienes y servicios** aumentó un 6,3% en 2014, hasta alcanzar los 508,3 millardos de dólares, tras los 478,4 millardos registrados en 2013. Se produjo con respecto al año anterior un aumento del déficit comercial en parte compensado con un aumento del superávit de la balanza de servicios.

El **déficit comercial** alcanzó los 741,47 millardos de dólares en 2014, frente a 702,6 millardos en 2013, lo que supone un **aumento del 5,5%**. La **balanza de servicios** registró en 2014 un **superávit** de 233 millardos de dólares, **un 4,0% superior** al del año anterior, de 224 millardos.

El **superávit en la balanza de rentas** ha aumentado desde los 224 millardos de dólares de 2013 hasta los **237,9 de 2014**.

La **balanza de transferencias corrientes** registró en 2014 un déficit de 119 millardos, un ligero descenso del 3% respecto a los 122 del año anterior.

En el año 2014 el tipo de cambio medio del dólar respecto al euro fue de 1,3293, llegando a un máximo de 1,3884 en el mes de marzo. A finales de 2013 el dólar empezó su tendencia alcista frente al euro, acabando 2014 en 1,2205. La principal razón de la reciente apreciación del dólar frente al euro fue la mejora de las expectativas sobre la economía americana unido al anuncio del programa de compra de Bonos por parte del Banco Central Europeo, siguiendo las medidas de política monetaria expansiva adoptadas por la Reserva Federal de EE.UU en el año 2008 con el llamado *Quantative Easing* (QE).

En el año 2015, continúa la tendencia a la baja del euro, y en el mes de julio el tipo de cambio medio fue de 1,0997.

3 ESTABLECERSE EN EL PAÍS

3.1 CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

EE.UU. es la primera economía en el mundo, con el 25% de la producción global, absorbe un 16% del total de las importaciones mundiales, cuenta con 323 millones de consumidores que disponen de una renta per cápita de 54.660\$ (en 2014), y es el principal emisor (19%) y receptor de inversión internacional (15%).

Estados Unidos posee una economía muy avanzada tecnológicamente, bien diversificada y con un gran peso del sector servicios, que supone más de dos tercios del PIB, excluido el sector público. El sector industrial, que ha ido perdiendo importancia en los últimos años, representa algo más del 12% de la producción total y abarca un amplio abanico de sectores: telecomunicaciones, electrónica y equipos informáticos, química, automóvil etc. El sector agrícola, aunque poco relevante en términos relativos, es altamente productivo. Cabe resaltar el alto porcentaje del PIB que corresponde al consumo privado, un 68,5% en 2013.

La economía americana se caracteriza por su flexibilidad. La participación del sector público en la actividad económica es bastante baja. El país realiza inversiones considerables en investigación y desarrollo, tiene un mercado laboral muy flexible y una gran disponibilidad de capitales, lo que le permite situarse en un nivel tecnológicamente muy elevado, sobre todo en sectores como la tecnología de la información, la medicina, la industria aeroespacial y la tecnología militar.

En las últimas décadas se está produciendo un desplazamiento del peso de la economía norteamericana desde la costa Este y la zona de los Grandes Lagos, hacia la costa Oeste y el Sur del país.

Las once principales áreas metropolitanas de EE.UU., según el Censo de 2010, son las siguientes: Nueva York, Los Angeles, Chicago, Filadelfia, Dallas, Miami, Houston, Washington D.C., Atlanta, Boston y San Francisco.

El área metropolitana de Nueva York, con casi 19 millones de habitantes, es la más poblada del país. La ciudad es un importante nudo de comunicaciones, centro comercial y de servicios financieros. Tradicionalmente han florecido sectores como el de los bienes de consumo y la moda.

Los Ángeles y su entorno, con casi 13 millones, sigue en importancia a Nueva York. En sus alrededores se sitúa el sector audiovisual y del cine.

El área metropolitana de Chicago es la mayor de la región de los Grandes Lagos y se le estima una población de unos 9,5 millones de habitantes. En sus alrededores se sitúa gran parte de la actividad comercializadora y transformadora agraria, siendo también un importante centro financiero del comercio de *commodities*.

Filadelfia, con 5,9 millones habitantes, es un importante centro de servicios como la educación, sanidad, servicios para las empresas y de tecnología.

Dallas tiene ya más de 6 millones de habitantes y el área de Houston roza los 6 millones. El triángulo Dallas-Fort Worth-Houston concentra la mayor parte de la industria petrolífera y petroquímica norteamericana.

Miami agrupa a unos 5,5 millones de habitantes, de los cuales una gran mayoría son hispanos. En los últimos tiempos se ha convertido en la puerta de América para España por sus vínculos culturales y económicos con Iberoamérica y el Caribe. Es uno de los centros financieros más importantes del país y en sus alrededores se sitúan las sedes de gran parte de las multinacionales que operan en Iberoamérica.

El área de Washington, DC agrupa, con 5, 6 millones de habitantes, a ciudades como Baltimore. El hecho de ser la ubicación de la capital de la nación hace que sea el centro político que atrae a un innumerable número de asociaciones empresariales y profesionales, y empresas de asesoría jurídica y relaciones públicas. Además, tiene la sede de algunos de los principales centros de investigación del país como: National Institute of Health (NIH), la NASA, etc.

El área de Atlanta, con más de 5 millones de habitantes, se ha convertido en un nuevo centro industrial y de servicios.

Boston, con 4,5 millones de habitantes, es una importante área de investigación científica y tecnológica, con destacados centros universitarios.

San Francisco y su entorno, con 4,3 millones de habitantes, tiene el Silicon Valley, centro de las nuevas tecnologías, y la mayor zona productora vitivinícola de EE.UU. Al igual que el resto de California, es una importante zona de actividad agraria.

3.2 CANALES DE DISTRIBUCIÓN. ESTRUCTURA Y MARCO LEGAL DE LA DISTRIBUCIÓN COMERCIAL

Antes de entrar a describir las distintas formas de llegar a los clientes, hay que tener en cuenta varios factores de carácter general respecto a los canales de distribución en Estados Unidos:

Dada su dimensión continental, se aconseja hacer una aproximación gradual a los distintos mercados regionales (por ej. Nordeste, Medio Oeste, Sur, California y Tejas). Recordemos que hay hasta seis zonas horarias (cuatro en el continente), diferencias culturales y enormes distancias entre una región y otra. Se requiere concentrar esfuerzos y limitar los costes. Las distancias hacen que los circuitos de intermediación sean necesariamente más largos, por lo general, que en España. Esto afecta al precio final del producto, ya que, al precio del fabricante hay que ir sumando las comisiones de los distintos intermediarios. Como corresponde a un mercado avanzado, con una gran variedad de oferta, el nivel de exigencia en servicio al cliente es muy alto. No en vano, éste es precisamente el factor diferenciador de muchas empresas estadounidenses de éxito. Sea cual sea la vía que se use para llegar a los clientes, debe garantizar un nivel de respuesta igual o mejor al de las empresas locales. El mercado de Estados Unidos es muy legalista. Como consecuencia, para operar en este país se hace necesario contar con asesoramiento jurídico especializado, a fin de no estar en clara desventaja frente a los operadores locales. Hay que asumirlo como un coste para hacer negocios en el país.

Bienes industriales

Las formas más económicas de canalizar la distribución en los Estados Unidos son la venta directa y el contrato de agencia o representación. Son las menos comprometidas y las que menos recursos necesitan. Sin embargo, estos medios de distribución resultan habitualmente problemáticos en este mercado ya que el comprador americano suele ser bastante reticente a realizar los trámites de importación y además, es prácticamente imprescindible ofrecer un sistema de servicio postventa de calidad. Se valora mucho el servicio de reparación de 24 horas, así como el préstamo de equipamiento en caso de avería, por lo que las empresas que lo ofrezcan podrán vender su equipamiento a unos precios más altos. Se recomienda pues, al exportador español, que trate de buscar un distribuidor o agente con un buen servicio posventa u ofrecerle todas las herramientas y conocimientos formativos necesarios para llevarlo a cabo.

Ventas directas desde España

Aunque complicado, es posible atender el mercado a través de ventas directas desde España. Para ello se requiere tener personal dedicado específicamente al mercado de Estados Unidos, mantener una página web adaptada a este mercado y cuidar mucho

la rapidez de la respuesta a los clientes (teniendo en cuenta el desfase horario con España). Los directivos de las empresas que usan esta estrategia recurren a distintas vías para mantenerse en contacto con los clientes: herramientas de telecomunicación (teléfono, correo e., Skype, videoconferencias, ERP), viajes frecuentes y presencia en los principales eventos del sector.

Sin embargo, en la mayor parte de los sectores esta posibilidad tiene muchos inconvenientes, sobre todo por la falta de inmediatez del servicio al cliente y no proporcionar una atención permanente a este mercado, que es muy exigente. Se trata pues de una opción para fases iniciales o cuando hay ventas limitadas. Hay otros casos en los que las características del mercado de la demanda hace imposible el vender desde el extranjero (por ej. por los tiempos de entrega, o trabas legales).

¿Vender a través de agentes o distribuidores?

Las empresas, sobre todo de tamaño pequeño y mediano, que se introducen por primera vez en este mercado, suelen utilizar en muchos casos los servicios de agentes, distribuidores o una combinación de ambas figuras de intermediación comercial. Las diferencias entre ambas se podrían sintetizar en el siguiente cuadro.

DIFERENCIAS	AGENTE	DISTRIBUIDOR
TIPO DE ACTIVIDAD	Trabaja por cuenta ajena	Trabaja por cuenta propia
TAMAÑO DE LA EMPRESA	Profesional autónomo con poca estructura	Sociedad mercantil con una estructura más desarrollada
NIVEL DE RIESGO	No asume el riesgo de las operaciones	Asume el riesgo de las operaciones ya que adquiere en firme los productos
REMUNERACIÓN	Comisión sobre las ventas que realice	Margen comercial entre el precio de compra y el precio de venta
CONTROL DEL MERCADO	Menor: el exportador conoce y trata directamente con los clientes	Mayor: los clientes son del distribuidor, no del exportador
INFORMACIÓN	Debe facilitar información detallada de su mercado a los exportadores que representa	Posiblemente se reservará la información más valiosa sobre su mercado y sus clientes
SERVICIOS	Generalmente no tiene capacidad para gestionar las operaciones de comercio exterior	Tiene medios para realizar cada fase del proceso de exportación: transporte, almacenamiento, distribución y post-venta.

Agentes

Los agentes (o representantes) son personas físicas o jurídicas que, de manera continuada o estable, se dedican a intermediar en operaciones de comercio internacional por cuenta de otros (fabricantes, mayoristas distribuidores o detallistas), recibiendo a cambio una remuneración, pero sin asumir el riesgo de las operaciones en que participan.

El agente, por tanto, es un profesional independiente que actúa por cuenta ajena y lleva a cabo su actividad de forma autónoma, organizando su trabajo de acuerdo a sus propios criterios, sin tener que cumplir obligaciones de tipo laboral con las empresas para las que trabaja. Por ello percibe, no un sueldo, sino una comisión en función de los resultados que obtenga y, ocasionalmente, una compensación económica por los gastos en los que incurre.

La mayor parte de ellos trabajan con una estructura mínima: una pequeña oficina o despacho (o incluso desde su propia casa), un equipo de comunicaciones y un ayudante, a veces a tiempo parcial. El éxito de su actividad radica, sobre todo, en poseer información actualizada de carácter comercial, técnico y legal sobre el mercado americano y productos con los que trabaja.

En el campo del comercio exterior, los poderes de representación del agente comercial son muy limitados. La palabra del agente no vincula al fabricante más allá de lo que establezcan las condiciones generales de venta fijadas por el exportador. Salvo excepciones, los agentes no tienen capacidad legal para negociar precios, condiciones de entrega, adaptaciones del producto o derechos de propiedad industrial y es importante que el contrato entre empresa y agente sea muy claro y taxativo a este respecto. Es muy importante contar con un buen asesoramiento legal a la hora de redactar dicho contrato y no aceptar sin más el borrador que aporte el agente (para no partir con desventaja). En especial se deban cubrir los siguientes puntos: el territorio que cubren, la exclusividad y la forma de compensación detallada por servicios. El agente siempre intenta garantizarse la exclusividad en el territorio (a veces mayor de lo que puede cubrir de forma efectiva) y un tiempo mínimo de contrato que puede ser más largo de lo que le interesa al fabricante.

La cláusula de resolución es especialmente importante y debe ser muy clara, para permitir a la empresa una rescisión rápida y limpia si el agente no da los resultados esperados. Un último punto que hay que tener en cuenta es el período de tiempo posterior durante el cual el agente tiene derecho a percibir comisiones si se cierra una venta que se gestionó durante el período de vigencia del contrato. La legislación estatal varía en ese punto, por lo que hay que estar a la jurisdicción aplicable.

Existen agentes más o menos especializados para muchos sectores económicos en el país, generalmente centrados en zonas geográficas acotadas, sin abarcar toda la superficie estadounidense. En ese sentido las empresas suelen contar con una red de agentes, para atender a sus clientes en todo el país o una combinación de distribuidores y agentes para completar la red de comercialización allí donde no llegan los distribuidores.

Distribuidores

Para los **bienes industriales**, la opción de un distribuidor con un buen servicio posventa y que esté familiarizado con las necesidades de los clientes de la zona es una opción habitual. La mayor parte de los distribuidores suele tener un alcance regional, hay sólo un grupo de empresas con verdadero alcance nacional.

El principal problema de este canal, aplicable a todo tipo de bienes, puede estar en su coste (elevados márgenes) y en la dificultad de encontrar un distribuidor adecuado. Además, será necesario establecer un acuerdo contractual con derechos y obligaciones para ambas partes, que supone, además, gastos de asesoramiento (abogados).

Otro inconveniente del uso de distribuidores es que no permite un acceso directo al mercado y esto va a aportar a la empresa española conocimientos limitados de sus clientes. El control que tiene la empresa española sobre los canales de distribución y acciones promocionales o de marketing que lleve a cabo el distribuidor es muy limitado, salvo negociación en contrario. Si, en un momento posterior, la empresa española decidiera acudir directamente a este mercado, puede encontrarse en una disyuntiva de conflicto de intereses con el distribuidor, por lo que hay que pensar a medio y largo plazo. Otro inconveniente es que los distribuidores estadounidenses son, muy a menudo, mucho más grandes que la empresa española, y por tanto, tienen mayor poder de negociación.

Pese a ello, hay que reseñar que es una de las opciones que pueden ser más adecuadas para aquellas empresas que no pueden realizar el esfuerzo económico que supone una implantación o que acceden al mercado americano por primera vez.

En Estados Unidos también existe la figura del **Master Distributor**, con una logística muy eficiente y que vende grandes volúmenes y gamas muy amplias de producto a otros distribuidores regionales. El *Master distributor* suele estar especializado en un sector y capitaliza su conocimiento de los clientes y el sector. Su gran capacidad logística le permite ofrecer ventajas como la de permitir una cantidad mínima en los pedidos, mucho más baja, contar con políticas de transporte y envío más flexibles, hacer entregas de urgencia, la capacidad de consolidar pedidos de distintos tipos de productos de distintas marcas o servicios adicionales post-venta.

Otra figura típica que comparte la mayoría de las características mencionadas excepto la de vender sólo a distribuidores es la del "**Industrial Distributor**", empresas que cuentan con amplísimos catálogos de suministros industriales que incluye todo lo que puede necesitar un fabricante.

Piggy-backing

Son acuerdos que consisten en la utilización, por parte de una empresa que quiera introducirse en un mercado exterior, de la red de comercialización de otra que ya esté establecida en él. Se trata normalmente de una colaboración entre fabricantes de productos complementarios que comparten el mismo canal de distribución. La primera empresa abona a la segunda, es decir, a la que aporta la red de distribución, una comisión sobre las ventas que realice a través suyo.

Los productos o servicios de la empresa española completan la gama del fabricante local, normalmente ofreciendo calidad o mayor tecnología, permitiéndole ofrecer más a sus clientes y tener, por tanto, mejores perspectivas de negocio.

Marca Blanca (private label)

En algunos casos, la empresa española puede optar a fabricar bajo la marca de un fabricante o distribuidor americano. No todos los productos se prestan a este tipo de canal, pero los que sí lo hacen se pueden beneficiar en varios aspectos. En primer lugar el cliente/socio americano tendrá el máximo interés en que el producto sea de una calidad acorde con la imagen que quiera dar en el mercado, y para ello tendrá que transmitir todas las especificaciones necesarias a la empresa española: Normativa, certificaciones y homologaciones, distribución, logística, funciones, accesorios,... Ello implica una transferencia de información sobre el mercado y el producto que de otra manera suele ser difícil de recopilar en un espacio corto de tiempo. Esta información será de gran valor para la empresa española tanto en este primer proyecto como para los futuros, estén o no ligados a la firma americana con la que se ha comenzado a trabajar.

En segundo lugar, la empresa española, mediante este sistema de subcontratación, puede llegar a producir unas cantidades superiores a los mínimos necesarios para hacer rentables las necesarias alteraciones del producto, certificaciones y demás costes iniciales en los que tendrá que incurrir.

Algunos de los aspectos negativos más relevantes de trabajar mediante Marca Blanca serían los siguientes:

- Se suele obtener un muy escaso conocimiento de los clientes finales o incluso de los canales empleados para distribución final de los bienes una vez estos han sido entregados al socio norteamericano.
- Fuerte dependencia del socio americano. Por un lado, sin sus pedidos, las inversiones realizadas en adaptar el producto pueden no ser de utilidad. Y por otro lado, sus pedidos pueden terminar por ser una parte importante de la producción total de la empresa española.
- Es habitual ver como en contratos de Marca Blanca se establecen cláusulas que limitan, en el tiempo o en el tipo de producto, el acceso al mercado americano por otra vía. Este es un punto que la empresa española deberá de saber

negociar antes de comprometerse con la firma americana.

Abrir una filial

Abrir una oficina de ventas y servicio al cliente para crecer orgánicamente tiene las ventajas de proporcionar un mayor control de las decisiones operativas y un mejor acceso y atención a los clientes. Sus inconvenientes estriban en una curva de aprendizaje que puede ser dura y larga hasta lograr resultados positivos y unos costes que no están al alcance de muchas empresas. Se puede minimizar el riesgo contratando personas locales y una red de apoyo que proporcionen la experiencia y el conocimiento del mercado que falta a la empresa española.

En general, a partir de un determinado nivel de ventas en el mercado de Estados Unidos se hace necesario abrir una filial, pero hay casos en que es la primera opción, por diversos motivos:

- Por tratarse de empresas que por ofrecer productos o servicios diseñados a medida del cliente necesitan una labor comercial continua, cerca de los equipos de ingeniería del cliente y prefieren hacerlo con comerciales propios.
- Otro caso es el de empresas trabajando en sectores donde es esencial el tener una presencia local, ya que lo exige el mercado o los clientes públicos (por ej., Defensa o ingeniería).
- Por último, puede ser una opción para empresas que, tras realizar una investigación de mercado apropiada han determinado que cuentan con buenas perspectivas de crecimiento, y prefieren evitar las complicaciones de tener que depender de un distribuidor o intermediario con el que tendrían que romper en un plazo no muy largo.

La **implantación productiva** supone un paso más, que va desde un taller en el que se pueden realizar modificaciones y ajustes al producto según las necesidades del mercado hasta una verdadera planta de producción.

Las empresas que quieran expandir sus operaciones a los EEUU deben de examinar los incentivos que ofrecen los organismos federales, estatales y locales, antes de decidirse por una localización. La elección del lugar donde se va a llevar a cabo tal implantación requiere el estudio exhaustivo de distintas opciones.

Es importante conocer las zonas donde hay mayor concentración de clientes, tener en cuenta el acceso al transporte, disponibilidad y coste de mano de obra cualificada, coste de los suministros, otros costes operativos y las regulaciones públicas. Se recomienda recurrir a las oficinas comerciales en Estados Unidos para asesoramiento en este sentido.

Esta implantación productiva puede venir exigida por contratos de abastecimiento de determinados sectores, donde se exige una presencia productiva física en el mercado o por ser componentes industriales muy pesados con elevados costes de transporte. Claro ejemplo de esto sería, entre otros, el mercado de partes y accesorios de automóviles que ha obligado (muchas veces no contractualmente sino para poder mantener la competitividad) a muchos proveedores a situar plantas de producción, cercanas a los grandes fabricantes automovilísticos de Estados Unidos.

Otro claro ejemplo de implantación productiva inducida sería el de las empresas del sector ferroviario, en este caso por los requisitos legales proteccionistas de la ley Buy America, que exige determinados porcentajes de contenido local. En estos casos la decisión de entrar en el mercado, lleva casi ineludiblemente aparejada la implantación productiva en un espacio corto de tiempo para poder competir con las empresas locales.

Otras figuras

Alianza/joint-venture

Los casos más habituales son aquellos en los que la empresa española y el socio local crean una sociedad conjunta estadounidense a través de un acuerdo como vehículo para subcontratar la fabricación (y distribución) al socio local, con cesión de tecnología, o sólo para la distribución de los productos de la empresa española. En estos acuerdos es especialmente importante el asesoramiento legal, para establecer un buen acuerdo que recoja las contribuciones de cada socio y las causas de terminación.

Centrales de compra

El concepto más original o primitivo de centrales de compras en el campo de la distribución se trataría de una asociación entre pequeños y medianos distribuidores o minoristas para tratar de conseguir un mejor precio de un producto ante un gran fabricante, haciendo pedidos de mayor volumen que les hace ganar fuerza ante ellos. En este sentido los grupos de compra siempre se han centrado más en el lado de la compra y en ayudar al distribuidor a aumentar su beneficio y a que estos obtuviesen una mayor cuota de mercado. En algunos sectores, como el farmacéutico, se han desarrollado figuras específicas. En este sector juegan un papel importante las empresas "Pharmacy benefit management" (PBM), que administran los planes sanitarios de patronales y aseguradores.

Estas organizaciones actúan en cierta forma (aunque no de manera explícita) como centrales de compras. Así las PBM ejercen una presión a la baja en los precios pagados a los fabricantes y a las farmacias. En compensación por canalizar su base de pacientes (clientes) a las farmacias particulares, consiguen pagar precios al por menor más bajos por los medicamentos en esas farmacias. De igual forma, las PBMs pueden negociar rebajas de fabricantes de medicamentos de marca gracias a su capacidad de dirigir a sus miembros hacia un medicamento particular usando listados de medicamentos recomendados (formularies).

El mercado de alquiler

Existe una gran tendencia en la empresa americana, al igual que en otros países desarrollados, a que las empresas contraten por medio de fórmulas de alquiler parte de su aparato productivo en vez de realizar la inversión con fondos de la propia empresa. Las tipologías de este tipo de contratación son diversas y van desde el alquiler puro, hasta las fórmulas de leasing, pasando por alquileres con derecho a compra, sin derecho...

Esta tendencia, que se extendió con los sistemas informáticos y de comunicaciones, pasó luego a utilizarse de forma generalizada con los bienes inmuebles de las empresas y desde hace ya más de 15 años viene utilizándose de forma asidua en mercados de muchos tipos de maquinaria y equipamiento.

Un claro ejemplo de ellos es el mercado de maquinaria para la construcción, en donde este tipo de contrato se utiliza cada vez más, y llega a ser utilizado por cerca de un 30% de las empresas del sector.

Además de grandes compañías de alquiler, y aquellas de menor tamaño especializadas, cabe destacar que muchos productores también utilizan este método y son ellos mismos los que constituyen empresas para alquilar la maquinaria que ellos fabrican.

Casi nunca suele darse un alquiler en el sentido más sencillo de la palabra y cuando se utilizan estas fórmulas, frecuentemente van acompañadas de algún tipo de servicio de mantenimiento o reposición que suele ser el eje central de la competencia entre las propias compañías de alquiler y la fuente de mayor valor añadido para estas empresas.

Empresas de comercio exterior (Trading Companies).

Son grandes empresas especializadas en la comercialización de productos en mercados exteriores y que conocen las necesidades y la capacidad de compra de clientes y consumidores. Realizan operaciones de importación-exportación bien por cuenta propia, bien por la de otras empresas, especialmente, aquellas pequeñas y medianas con pocos recursos y experiencia para actuar directamente en el exterior. Si bien pueden estar presentes en la mayoría de los sectores, son más frecuentes en los mercados de materias primas.

Sector agroalimentario

La distribución de alimentos en Estados Unidos se realiza generalmente a través de las principales figuras:

- **Importadores:** se encargan de los trámites de importación. Sus clientes pueden ser una central de compra de supermercados, distribuidores, o una cadena de tiendas. Toman posesión del producto, por lo que tienen gran interés en que se venda y colaboran activamente en el proceso de búsqueda de nuevos clientes. El importador es el responsable ante las distintas partes de la administración americana. El importador puede tener alcance local y/o nacional. Suelen tener una red de distribuidores ya desarrollada en la cual colocan sus productos para que sean comercializados. En algunos casos un cliente final, tal como un minorista, puede ser el importador. Actualmente el importador no necesita disponer de una licencia para importar, pero la nueva ley de Food Safety and Modernization Act contempla un sistema de licencias que está en discusión. El importador comercial necesita mantener un bono ante aduanas para asegurar los aranceles que se pagan a aduanas.
- **Distribuidores:** su función en la práctica es cada vez más logística. Para el distribuidor su cliente principal es el restaurante, la tienda, el supermercado, etc y no el proveedor. Los distribuidores suelen estar especializados por tipo de cliente y productos que sirven: frutos y verduras frescas, productos deli, alimentos gourmet no perecederos, productos de alta rotación para supermercados, clientes Horeca y/o institucionales, etc. Compran, almacenan y distribuyen los productos a sus clientes. Un distribuidor tiene furgonetas y o camiones para distribuir los productos a su cliente. Ante el cliente minorista y/o HORECA son los responsables del producto. Necesitan mantener un seguro de responsabilidad civil bajo el cual suelen incluir a sus clientes.
- **Importador-distribuidor:** es una combinación de ambas modalidades con el objeto de ser más eficiente y competitivo en el mercado.
- **Minorista y/o restaurante** es el eslabón que tiene contacto con el consumidor final. En EE.UU. existe un gran variedad de estos clientes que siguen distintas estrategias competitivas en el mercado: por ejemplo, autoservicios con mínimo surtido y precio bajo y marcas blancas propias (Aldi); cadena nacional de productos naturales y ecológicos (Whole Foods); cadena que combina productos de varios sectores a precios muy bajos (Walmart, Dollar General); cadenas de productos de calidad (Wegmans, Freshmarket, Bristol Farms, Central Market), etc.
- **Brokers:** el *broker* es un agente independiente de ventas que no toma posesión del producto, pero que facilita su venta. Actúa por cuenta de la empresa que lo contrata, que puede ser el exportador, el importador o el distribuidor. Normalmente, los *brokers* están especializados en un área geográfica, y por cierta clase de clientela (HORECA, Gourmet, Supermercados, etc) y son los que conocen bien al cliente. Su compensación es a base de una comisión, si ya existe un volumen de ventas establecido, sobre el cual cobra por sus servicios.

La distribución minorista de alimentos en EE.UU. está atravesando un periodo de transformación y cambio en el que se distinguen varias tendencias: por un lado, proliferan las grandes superficies que ofrecen sus productos a precios bajos, como Walmart o Costco; por otro lado, la preocupación de los consumidores por la salud y la apariencia física ha favorecido la aparición de tiendas o cadenas gourmet, como por ejemplo Whole Foods, con productos de mayor precio pero también de calidad

superior. Además, en la mayoría de establecimientos minoristas que tienen capacidad para ofrecer una marca propia (marca blanca o de distribución) éstas están experimentando un gran crecimiento.

Dentro de la distribución minorista en EE.UU. podemos encontrar los siguientes tipos de establecimientos:

- **Supermercados y tiendas de comestibles (*groceries*).** En EE.UU. se consideran supermercados todos los establecimientos con un volumen de ventas superior a 2 millones de dólares al año. Los establecimientos con ventas inferiores a 2 millones de dólares se consideran tiendas de comestibles o *groceries*. Generalmente, los supermercados se aprovisionan de una central de compras. Es conveniente que el exportador español cuente con un importador o distribuidor, ya que es extremadamente difícil que una central de compras importe directamente un producto nuevo del que no tiene ninguna garantía de éxito.

La cadena de supermercados más importante de Estados Unidos en estos momentos es The Kroger Co. Otros supermercados de importancia serían: Stop&Shop, Safeway, Ahold, etc.

En la actualidad, la mayoría de los supermercados americanos venden productos gourmet. La selección de estos productos depende en gran medida de la filosofía e imagen del establecimiento, las características demográficas, el vecindario, el espacio disponible y la competencia. Los productos gourmet, como algunos aceites de oliva virgen extra de alta calidad, no sólo tienen márgenes de beneficios altos para los supermercados, sino además mejoran la imagen del establecimiento.

- **Grandes superficies (*supercenters, wholesale clubs o warehouse clubs*).** Son establecimientos situados en la periferia de los centros urbanos, que venden en una misma superficie diversos tipos de productos: alimentación, mobiliario, productos para el hogar, productos para coches, libros y discos, etc.).

Su gran capacidad de compra les concede una posición negociadora muy fuerte. Tienen precios inferiores a los existentes en los circuitos de distribución tradicionales y basan su funcionamiento en un servicio reducido, una presentación simplificada y una política de precios bastante agresiva. Los *warehouse clubs* sólo permiten el acceso a aquellos clientes que pagan la cuota anual del establecimiento, que oscila entre 50 y 100 dólares.

El líder en grandes superficies del tipo *supercenters* en EE.UU. es Walmart, que cuenta con más 1.900 establecimientos de estas características en la actualidad. Como ejemplo de *warehouse clubs* podemos citar Cost-Co, BJ's Wholesale Club o Sam's Club.

- **Tiendas Gourmet.** Se trata de establecimientos que venden productos agroalimentarios de alta calidad. A pesar del elevado precio de sus productos, este tipo de establecimiento ha experimentado un desarrollo considerable en los últimos años y está soportando el efecto de la crisis sin sufrir un gran descenso en sus ventas.

No hay una tienda gourmet típica, ya que hay desde pequeños establecimientos familiares a grandes *emporios*, y desde tiendas gourmet en general a especializadas en algún producto. Las tiendas gourmet más importantes de Estados Unidos son las siguientes: Whole Foods, Dean & DeLuca, Farm Market, Williams Sonoma, Sur la Table, Zabar's, Fairway Market, West Point Market y Zingerman's.

- **Internet.** Son varios los sitios online que venden en EE.UU. productos alimenticios a través de la red. Entre ellas se encuentran Amazon, Tienda.com, Casaoliver.com, Despanabrandfoods.com, Yahoo, etc. Es un canal en desarrollo

que representa un 2% de las ventas globales. Existen varios modelos online, desde el que vende de todo (Amazon.com, gourmet igourmet.com), al especialista (Tienda.com). Si un consumidor compra un producto online, la norma aplicable es la misma que si el consumidor compra el producto en una tienda local del estado en donde reside.

- **Tiendas de conveniencia.** El paradigma de estas tiendas son los 7 Eleven. En esta categoría de establecimientos se incluyen todos los que ofrecen un horario de apertura extendido. Por sus propias características venden una gama de alimentos limitada a snacks y compras de emergencia.
- **Tiendas militares.** Son establecimientos que se denominan *commissaries*. Venden sus productos únicamente a personal militar y sus familias. Los productos que ofrecen este tipo de tiendas son alimentos, tabaco y productos de droguería. Los precios son mucho más bajos que en el resto de establecimientos minoristas, ya que el margen de incremento sobre el precio de costo se sitúa alrededor del 5%, en lugar del 30% habitual de los supermercados o *supercenter*. Un ejemplo de este tipo de tiendas es JECA.
- **Tiendas de descuento o *dollar stores*.** El mejor ejemplo de este tipo de establecimientos es Dollar General. Ofrecen productos a menor precio que el resto de categorías y en general sus clientes son de bajos ingresos.
- **Drug stores.** Las más extendidas a nivel nacional son CVS o Walgreens. Básicamente venden productos de droguería y medicamentos, pero también han incluido alimentos y bebidas. Sus precios son similares a los de supermercados y grandes superficies.

Un aspecto importante que se debe tener en cuenta a la hora de introducir los productos de alimentación en el mercado estadounidense es que el mayor volumen de ventas se da en el último trimestre del año coincidiendo con Acción de Gracias y las fiestas navideñas.

Respecto al **canal HORECA**, forman parte de él todas las categorías de restaurantes, también los restaurantes de hoteles, cafeterías, bases militares, colegios, hospitales, etc.

Hay que destacar que la restauración de alta calidad está adquiriendo una importancia cada vez mayor en EE.UU.

Finalmente, en el **canal industrial**, el alimento que se compra se utiliza como ingrediente para elaborar otros productos, alimentos, salsas o condimentos. El mejor ejemplo lo representa Kraft Food, General Mills, Hormel, etc.

En la práctica, las empresas suelen decidir la forma de entrar a un mercado en función de su capacidad de producción. Así, las grandes compañías de aceite de oliva venden sus productos a través de los supermercados, que cuentan con centrales de compra. Estos hacen los pedidos directamente a los fabricantes o a sus representantes.

Por su parte, las compañías de tamaño medio y pequeño generalmente se apoyan en distribuidores con redes regionales o locales. Distribuyen a establecimientos independientes y a tiendas gourmet, pero también a cadenas de supermercados.

Bebidas alcohólicas

La ley federal obliga a que las bebidas alcohólicas en EEUU sigan el conocido como "sistema de los tres escalones" o ***Three Tier System***.

Los tres escalones por los que necesariamente ha de pasar el producto para llegar desde el productor al consumidor final son: importador, distribuidor y minorista.

El **importador** es la puerta de entrada a EE.UU. Debe tener una licencia federal. Registra el producto y solicita al TTB (Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau) la aprobación de las etiquetas. Asume el pago al exportador y el riesgo comercial y

realiza la promoción acordada con el exportador. En ocasiones, un importador puede tener también licencia como distribuidor, pero con una razón social distinta, de modo que formalmente respete el sistema de tres escalones. Margen típico: 30%.

El **distribuidor** vende el producto a los minoristas. Debe tener una licencia para cada estado donde distribuya. El número de distribuidores que se necesiten dependerá del número de estados en que cada uno pueda distribuir. Los grandes distribuidores están presentes en un número considerable de estados. En la negociación con el distribuidor se le puede ofrecer la exclusividad territorial a cambio de que invierta en *marketing* y *merchandising* para el producto del exportador. Margen típico: 30%.

El **minorista**: vende al consumidor final. Hay que distinguir entre ventas *Off-Premise* (aquellas en las que el vino no se consume en el lugar donde se compra - supermercados, hipermercados, tiendas de descuento, tiendas especializadas...) y ventas *On-Premise* (aquellas en las que el vino se consume donde se compra - hoteles, restaurantes y catering, es decir, el canal HORECA) Margen típico: *Liquor Stores*: 50%; restaurantes: 100% o más.

Es importante tener en cuenta que, además de la legislación federal, existen distintas legislaciones estatales que convierten a EEUU en un país de 50 mercados.

Una de las diferencias principales entre estados es el grado de implicación de la Administración estatal en la distribución de las bebidas alcohólicas; hay dos tipos de estados: Controlados y No Controlados.

Controlados. En estos estados el escalón mayorista está monopolizado por la administración estatal. El grado de control varía; en algunos estados sólo se aplica a licores y en otros a licores y vinos; en algunos se limita al escalón mayorista y en otros se extiende hasta la venta por menor.

Hay 18 estados y un condado controlados: Alabama, Carolina del Norte, Idaho, Iowa, Maine, Michigan, Mississippi, Montana, New Hampshire, Ohio, Oregón, Pensilvania, Utah, Vermont, Virginia, Washington, West Virginia, Wyoming y el Condado de Montgomery (en Maryland).

No controlados. Son los estados donde sólo se aplica sobre el mercado del vino un control fiscal sin participar, de manera directa, en la cadena de distribución. Pero incluso en los estados No Controlados existen diferencias: por ejemplo, en algunos sólo se permite vender bebidas alcohólicas en establecimientos especializados y no pueden venderse en comercios de alimentación.

Sector del mueble y la iluminación.

El mercado del mueble y la iluminación en los Estados Unidos cuenta con dos grandes canales de distribución, el "contract" y la venta minorista, presentando unos rasgos claramente diferenciados.

Si bien ambos canales se caracterizan por una alta profesionalización y una elevada exigencia respecto a la fuerza de ventas de las empresas, la principal diferencia es la prescripción efectuada por arquitectos y diseñadores que tiene lugar en el canal *contract*, ausente en la venta minorista.

El canal "contract" o canal de proyectos de colectividades, a su vez se especializa en las siguientes áreas, las cuales tiene sus correspondientes actores y particularidades:

1. Equipamiento de Oficina y Corporaciones (Corporate and Office)
2. Equipamiento del sector de la Hostelería y restauración (Hospitality).
3. Equipamiento de establecimientos sanitarios (Healthcare).
4. Equipamiento de establecimientos dedicados a la venta al por menor de todo tipo (Retail).

5. Equipamiento Institucional / Gubernamental (Institutional /Government).

El perfil del minorista de mueble en los Estados Unidos responde al de pequeña y mediana empresa, contando el 93,39% de las empresas con menos de 20 trabajadores. Estas pequeñas tiendas especializadas o tradicionales distribuyen el 40% del mueble e iluminación entre los consumidores norteamericanos, habiendo perdido un 10% de cuota en los últimos años debido a la presión de la venta online, el crecimiento de las ventas a través de showrooms y tiendas de diseño, la competencia en precio de las tiendas descuento y, finalmente, la combinación precio-diseño de las tiendas denominadas como de estilo de vida (Ikea, Crate&Barrel, Bed, Bath and Beyond, etc.).

Con unas 40.500 empresas dedicadas a la distribución de mueble en Estados Unidos, la selección de minoristas por parte de las empresas fabricantes requiere un análisis previo de sus características para garantizar que la distribución del producto sea coherente con la estrategia de precios y posicionamiento.

Desde la perspectiva de los minoristas, el entorno cada vez más competitivo, la importancia del factor precio y el impacto de los comercios online y del showrooming (práctica que consiste en la prueba del producto en la tienda por parte del consumidor, que finalmente lo compra por internet al precio más bajo) está dañando cada vez más a los establecimientos con presencia física. La respuesta de éstos se está basando, bien en la búsqueda de distribución exclusiva de ciertas marcas o líneas, o bien en el condicionamiento de la compra al fabricante a la homogeneización y supervisión de los precios entre todos sus distribuidores.

Es por ello que esa selección de minoristas mencionada anteriormente debe contemplar no sólo la idoneidad del establecimiento en relación al producto, sino más bien en función de cada línea, siendo cada vez más habitual que un fabricante tenga que distribuir cada una de sus líneas a través de distintos minoristas.

Sector de la confección y el calzado

En el sector de confección y calzado la distribución viene definida por dos características principales:

Por una parte, productores que cuentan con un canal propio de distribución, al ofrecer sus productos desde tienda propia o franquiciada. A esto se une la venta directa (Internet o catálogo), de gran tradición en EE.UU., basado en un fiable sistema de envío y gran flexibilidad de devolución.

Por otra parte, la progresiva disminución de la figura del distribuidor, en favor del representante, ha caracterizado la distribución indirecta. El representante posee generalmente una sala de exposición (*showroom*) y ofrece, en muchos casos, un amplio menú de servicios, como relaciones públicas, *branding*, etc. Las características de los contratos de representación pueden variar mucho, en función de la responsabilidad geográfica, la delegación en la participación en ferias profesionales, la organización de eventos de promoción, etc. En general, la comisión del representante oscila en torno al 10-15%, a lo que hay que añadir la participación en los costes del *showroom*, y lo que se acuerde sobre otros posibles servicios.

3.3 IMPORTANCIA ECONÓMICA DEL PAÍS EN LA REGIÓN

La economía de EE.UU. es con diferencia la mayor economía del mundo, con un producto interior bruto en 2014 de 16 billones de dólares. Incluso si se mide el PIB de Estados Unidos en paridad de poder adquisitivo, la producción norteamericana en 2013 es casi dos veces la de China, dos veces y media la de Japón y cuatro y media la de Alemania. Sólo la UE-28 tiene un PIB ligeramente superior al de EE.UU. Estados Unidos representaba en 2013 el 22% de la producción mundial, absorbía un 16% del total de las importaciones mundiales, contaba con 315 millones de consumidores con una renta per cápita de 42.693\$, y es el principal emisor (19%) y

receptor de inversión internacional (15%).

3.4 PERSPECTIVAS DE DESARROLLO ECONÓMICO

La Administración Obama ha venido aplicando un programa de política económica orientado a sentar las bases, tras la crisis económica, que permitieran a la economía americana crecer y crear empleo de forma duradera.

Este plan contemplaba la recuperación de la producción manufacturera en EE.UU, incentivando a las empresas para que abandonen los procesos de deslocalización y que volvieran a invertir y crear empleo en EE.UU. Este proceso de recuperar capacidad productiva interna iría acompañado de un aumento de las exportaciones, impulsado por la Administración (Nueva Iniciativa de Exportación, cuyo objetivo era duplicar las exportaciones en cinco años) y por la firma de importantes tratados comerciales.

El plan también planteaba aumentar la inversión en infraestructuras, que vienen adoleciendo de una falta de financiación en los últimos 30 años, lo que se ha traducido en una necesidad urgente en la actualidad de inversión en mantenimiento y nuevas construcciones. Otro pilar importante para aumentar el desarrollo económico es la inversión en educación e innovación.

Por último, en el área de la energía, se planteaba el desarrollo y puesta en explotación de importantes nuevos yacimientos de gas y petróleo no convencionales, lo que ha aumentado las perspectivas de reservas disponibles y de consumo en las próximas décadas, de modo que EE.UU está ya ahora en condiciones de convertirse en exportador de gas natural.

A poco más de un año para el final de la segunda legislatura de Obama, los resultados son mixtos. La recuperación de la economía se ha afianzado, aunque a un ritmo inferior al de previos episodios; las exportaciones y la industria han contribuido de manera notable al crecimiento y EEUU se ha convertido en el primero productor mundial de gas y petróleo. No obstante, varios de los problemas estructurales de la economía estadounidense, como el déficit de infraestructuras, siguen sin abordarse.

3.5 OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

En general, la economía de Estados Unidos es una economía abierta al comercio y a la inversión exteriores.

El régimen de importación es libre, con escasas excepciones. No obstante, existen barreras no arancelarias y numerosas normas y disposiciones de carácter técnico y jurídico para productos agroalimentarios, farmacéuticos y sanitarios.

En el área de las compras públicas existen medidas de carácter proteccionista (en el ámbito federal y estatal), que ofrecen preferencia a los suministradores y/o productos estadounidenses, con respecto a productos de origen extranjero. Estas restricciones se basan fundamentalmente en dos disposiciones legales conocidas como Buy America (aplicable a las compras dentro del sector transporte que gocen de alguna subvención federal) y Buy American (aplicable a todas las contrataciones públicas de bienes que gocen de subvención federal).

Por lo que se refiere a la inversión extranjera, la economía de Estados Unidos es abierta y tradicionalmente favorable, ofreciendo al inversor extranjero un tratamiento nacional.

Sin embargo, existen dos tipos principales de excepciones a este principio de apertura: a) restricciones similares a las que adoptan la mayoría de países desarrollados por razones de seguridad nacional en un número limitado de sectores como banca, defensa, comunicaciones, transporte aéreo o energía nuclear, y b) restricciones originadas por la legislación Exon-Florio, que otorgan al Presidente la

facultad de bloquear operaciones de compra de compañías estadounidenses por parte de compañías extranjeras.

Estados Unidos no impone, como norma general, control de cambios, pudiendo los inversores extranjeros repatriar capitales, préstamos y beneficios. Existen incentivos a la inversión, principalmente a escala estatal y local, como beneficios fiscales o condiciones favorables de financiación.

Respecto del sistema fiscal, hay impuestos federales, estatales y locales. Las principales figuras impositivas son el impuesto sobre la renta de las personas físicas, el impuesto de sociedades, el impuesto sobre las ventas y el impuesto sobre bienes inmuebles.

El mercado laboral es muy flexible. Se caracteriza por la alta flexibilidad en la contratación, los bajos costes en el despido y la escasa o nula conflictividad laboral. Los extranjeros necesitan visado para poder trabajar, actuar como empresario o invertir en los Estados Unidos. La sindicación es voluntaria y relativamente baja. La Seguridad Social de Estados Unidos no cubre las mismas prestaciones que la Seguridad Social europea. Su cobertura es más reducida y supone principalmente el programa federal de pensiones y de seguro por desempleo.

En los productos industriales, las exportaciones españolas con destino EE.UU. que mayor crecimiento han experimentado en los últimos años son las siguientes: derivados del petróleo, equipamiento para la aviación (motores, bombas, acumuladores, partes), caucho y sus manufacturas, máquina herramienta, cementeras, partes y accesorios de automoción, azulejos, equipo para el tratamiento del agua, equipo para la seguridad, medicamentos y equipo médico.

Dentro del apartado de servicios, los dos sectores donde se ha producido un mayor crecimiento de la presencia española en los últimos años son el de las concesiones de autopistas y el de los servicios financieros.

Otros sectores en los que las administraciones americanas están poniendo especial énfasis en desarrollar el mercado interno, y en los que las empresas españolas podrían encontrar oportunidades importantes, son los siguientes: generación de energía con fuentes convencionales y renovables, eficiencia energética, mejora de las principales redes de transporte (autopistas y ferrocarril), telecomunicaciones, el suministro y tratamiento del agua urbana, seguridad, reciclaje de productos y desarrollo de productos de la biotecnología, nanotecnología y la administración y gestión de servicios sanitarios (*e-health*).

Los sectores más atractivos para la empresa española incluyen la inversión en la construcción, gestión y mantenimiento de infraestructuras, en especial en la red de transporte (autopistas y ferrocarril) donde las grandes empresas españolas tienen una presencia importante en EEUU. Destaca, asimismo, el sector de la banca minorista y el de las energías renovables.

4 IMPORTACIÓN (RÉGIMEN DE COMERCIO EXTERIOR)

4.1 TRAMITACIÓN DE LAS IMPORTACIONES

La Aduana estadounidense, U.S. Customs and Border Protection -CBP (www.cbp.gov), administra el arancel aduanero de EE.UU. Sus funciones consisten en imponer y recaudar los derechos, impuestos y gravámenes sobre las mercancías importadas, hacer cumplir las normas aduaneras y otras leyes conexas, administrar ciertos tratados y normas referidas a la navegación, así como hacer cumplir algunos de los reglamentos de otros organismos federales.

El territorio aduanero de los EE.UU. comprende los 50 Estados de la Unión, el Distrito

de Columbia y el Estado Libre Asociado de Puerto Rico, organizándose en siete regiones, cada una de ellas dividida en distritos con sus correspondientes puntos de entrada.

El arancel medio NMF aplicado en el año 2013 (excluidos los tipos *específicos*) fue del 3,4%, según datos de la OMC, debiendo distinguirse entre el aplicado a los productos agrícolas, el 5,3%, y el 3,1% para los productos no agropecuarios. En ese mismo año aunque el 30% de las partidas arancelarias agrícolas y el 47% de las no agrícolas se importaron libres de derechos subsistían crestas arancelarias que afectaban a productos como el tabaco, el calzado, los productos textiles y la confección.

El Arancel de Aduanas estadounidense está basado en la Nomenclatura Internacional del sistema Armonizado de Designación y Codificación de mercancías (HS), que define los primeros seis dígitos de los códigos de las mercancías. Por tanto, a la hora de establecer la partida arancelaria en la que se incluirá el producto que se pretende exportar a EE.UU. hay que tener en cuenta que los dígitos siete a diez del arancel estadounidense suele diferir del código del arancel de la UE.

Para interpretar el arancel estadounidense, que se puede consultar en Internet (<http://www.usitc.gov/tata/hts/bychapter/index.htm>) hay que tener en cuenta los diferentes derechos (*rates of duty*) que se aplican, en función del país de origen de la mercancía.

Los aranceles aplicables a los productos de origen español son los que figuran en la columna General. En la columna Special figuran los aranceles -normalmente exentos- aplicables a países que gozan de tratamiento preferencial (SPG) y los aplicables a países o grupos de países con los que EE.UU. mantiene algún tratado comercial: arancel cero o reducido, tales como con Canadá, México, Israel, Grupo Caribe, Grupo Andino, Australia, etc.

Cuando un cargamento llega a EE.UU. el consignatario debe presentar al director de distrito o de puerto, en el puerto de entrada, los documentos de ingreso de la mercancía para el despacho de aduanas.

Además del U.S. Customs and Border Protection (CBP), los importadores tendrán que dirigirse a los organismos que sean competentes en función de la mercancía objeto de importación. La aduana no requiere estar en posesión de una licencia o permiso para realizar la importación pero otras agencias pueden exigir un permiso, licencia o certificación en función del producto. Una lista de agencias competentes en EE.UU. puede obtenerse en la siguiente web: www.gksoft.com/govt/en/us.html .

Sin embargo el importador deberá tener en cuenta que a raíz de los atentados del 11 de septiembre de 2001, muchas de las agencias estadounidenses están aplicando nuevas medidas de prevención del terrorismo, que pueden afectar al comercio internacional, tales como el **Manifiesto 24 Horas**, propuesta por el U.S Customs Service, o la **Ley 2002 sobre Bioterrorismo**, por la que la FDA (Food and Drug Administration, la Administración de Productos Alimenticios y Farmacéuticos) exige a partir de diciembre de 2003 para todos aquellos productos que se encuentran bajo su ámbito, que las empresas importadoras se registren y a su vez entreguen una notificación previa a sus envíos. Para más información sobre el "Bioterrorism Act" se puede visitar la página web en inglés de la FDA: www.fda.gov/Food/GuidanceRegulation/FoodFacilityRegistration/default.htm

Otras dos de las medidas antiterroristas que está llevando a cabo la Administración de EE.UU. por medio de Aduanas es la "**Container Security Initiative**" (CSI), en la que España participa desde enero de 2003 con el puerto de Algeciras y desde el septiembre de 2006 con los puertos de Valencia y Barcelona como parte de la llamada "**Customs-Trade Partnership Against Terrorism**" (C-TPAT). Se trata de un acuerdo voluntario entre las Aduanas de Estados Unidos y el importador, por el que el importador se compromete a seguir una serie de recomendaciones y pautas

impuestas por el U.S. Customs and Border Protection para mejorar la seguridad en la cadena de la importación de sus contenedores, gracias a lo cual sus mercancías estarán sometidas a menos inspecciones.

Para el despacho de las mercancías en EE.UU. se recomienda contratar los servicios de un agente de aduanas con licencia para que agilice los trámites del despacho. Se puede obtener una lista de agentes de aduanas con licencia (*customs brokers*) solicitándola a la oficina de aduanas del puerto de entrada. Si bien la opción arriba indicada es la más aconsejable el propietario de la mercancía, el comprador o un empleado suyo autorizado para ese fin, pueden llevar a cabo los trámites del despacho. Actualmente para agilizar el proceso dichos trámites pueden realizarse electrónicamente a través de un programa llamado Automated Broker Interface, perteneciente al Sistema Comercial Automatizado (ACS).

DOCUMENTOS DE ENTRADA

En el plazo de 15 días naturales, contados a partir de la llegada de la mercancía se deben presentar los documentos de entrada, la Declaración de Aduana, en el lugar indicado por el Director de Distrito o de área, a menos que se otorgue una prórroga.

Los documentos son:

El Manifiesto de Ingreso de Mercancías (Entry Manifest), formulario aduanero 7533; o la Solicitud y Permiso Especial de Entrega Inmediata (Application and Special permit for Immediate Delivery), formulario aduanero 3461, u otro formulario para la liberación de las mercancías que exija el Director del Distrito. Estos formularios están disponibles en:

<http://www.cbp.gov/xp/cgov/toolbox/forms/>

La prueba de derecho de ingreso de las mercancías. A este efecto se puede presentar el manifiesto de embarque, o en su caso la carta de porte emitida por el transportista. La factura comercial o pro forma, cuando la primera no pueda ser presentada. La "packing list", si procede. La declaración de despacho de la mercancía tiene que ir acompañada de la prueba de que se ha pagado una fianza para cubrir posibles gravámenes, impuestos y sanciones. Otros documentos necesarios para establecer la admisión de la mercancía.

Si bien no es requerimiento general para todos los productos que se exportan a EE.UU. la presentación de un certificado de origen, puede ser necesaria en algunos casos.

Los artículos deben ir marcados de una manera tan visible, tangible, imborrable y permanente como lo permita la naturaleza del artículo o su envase, con el nombre en inglés del lugar de origen de los mismos ("Made in...", "Product of..." o expresiones similares). Para los productos españoles hay que tener en cuenta que el marcado "**Made in EC o EU**" en lugar de "Made in Spain" no se acepta.

4.2 ARANCELES Y RÉGIMENES ECONÓMICOS ADUANEROS

Con excepciones relativamente escasas, Estados Unidos tiene un régimen de importación libre. La importación de determinados productos puede estar prohibida o sometida a licencia por razones de protección de la economía o de la seguridad nacional, de los consumidores o de la vida animal o vegetal. Igualmente, existen productos sometidos a contingentes en el marco de los acuerdos de la Organización Mundial de Comercio. El país de origen debe ser indicado en todos los productos que se introducen en Estados Unidos. Si la mercancía ha sido producida en más de un país, han de cumplirse disposiciones especiales al respecto. Vender mercancía en Estados Unidos por debajo del precio al que dicha mercancía u otra sustancialmente igual es vendida en el país de procedencia puede violar las leyes *antidumping* estadounidenses. Destacan también determinadas barreras no arancelarias

consistentes especialmente en disposiciones fitosanitarias que afectan a las importaciones de frutas y hortalizas.

La exportación requiere cumplir los requisitos aduaneros, técnicos y normativos exigibles por las autoridades de los EEUU.

La legislación norteamericana contempla este tipo de transacciones como importaciones en su territorio aduanero, siéndoles pues de aplicación las disposiciones reguladoras existentes y que a continuación se describen.

El Servicio de Aduanas de Estados Unidos ha publicado una guía en inglés para dar una mayor información al importador, "IMPORTING INTO THE UNITED STATES: A Guide for Commercial Importers" (2006)

<http://www.cbp.gov/sites/default/files/documents/Importing%20into%20the%20U.S.pc>

Draw-back

Con este término se conoce el reembolso total o parcial de los derechos, hasta en un 99%, pagados sobre mercancías importadas que posteriormente serán reexportadas o destruidas. Las cantidades reembolsadas corresponden a los derechos arancelarios, algunos impuestos internos y otras tasas pagados en el momento de la importación.

El reembolso se efectuará después de que el bien en cuestión haya sido reexportado o destruido.

Las peticiones para acogerse a este tipo de procedimiento se deben presentar ante las delegaciones de aduanas que tengan oficinas especializadas a tal efecto. Se puede ampliar información sobre este tema en el documento "Importing into the United States" publicado por la US Customs Border Protection dirección de Aduanas siguiente:

<http://www.cbp.gov/sites/default/files/documents/Importing%20into%20the%20U.S.pc>

Las importaciones temporales

La importación temporal de bienes, que en el futuro van a ser reexportados, libre del pago de derechos se denomina en EE.UU. **Temporary Importation Under Bond**. *Es un procedimiento por el cual, bajo ciertas condiciones y para determinados tipos de bienes, las mercancías pueden entrar, por un limitado periodo de tiempo, en el territorio aduanero de EE.UU. libres del pago de tasas y derechos. El importador deposita una fianza por un importe del doble de lo que habría tenido que pagar en el caso de tratarse de una importación normal. Bajo este procedimiento, el importador se compromete a exportar o destruir la mercancía en un determinado periodo de tiempo o, en caso contrario, pagar los gastos de liquidación.*

Cualquier artículo importado bajo las TIB debe ser exportado en el plazo de un año a contar desde la fecha de la importación. La ampliación de este plazo se puede solicitar mediante instancia dirigida al director del puerto de entrada, si bien, salvo excepciones, el tiempo total no puede superar un total de tres años. Se puede ampliar información en la dirección de Aduanas siguiente:

<http://www.cbp.gov/sites/default/files/documents/Importing%20into%20the%20U.S.pc>

Las zonas francas

Las zonas francas son áreas controladas que se encuentran legalmente fuera del territorio aduanero de EE.UU. y cuyo fin es atraer el comercio internacional. Aunque en estas zonas no se aplica la normativa estadounidense a efectos de aranceles y requisitos aduaneros, sí se aplican otras leyes federales sobre los productos y establecimientos situados dentro de sus límites. El *Foreign Trade Zones Board* (FTZ)

es el organismo federal responsable de su gestión y de autorizar las operaciones, siempre que no vayan en detrimento del interés público. La relación de zonas francas existentes en Estados Unidos se puede consultar en los siguientes enlaces electrónicos:

<http://enforcement.trade.gov/ftzpage/index.html>

<http://enforcement.trade.gov/ftzpage/letters/ftzlist-map.html>

Los cuadernos ATA

El cuaderno ATA es un documento aduanero global que facilita la importación temporal de bienes en un país sin necesidad de efectuar el pago de derechos arancelarios y otras tasas aplicables y sin necesidad de cumplir con las formalidades aduaneras normalmente requeridas para la importación de bienes.

Este documento puede ser usado siempre que las mercancías a que se refiere dicho carné puedan ser descritas como herramientas de comercio (*tools of commerce*). Actualmente en EE.UU. se permite el uso de esta figura para la admisión temporal de equipos profesionales, muestras comerciales y material publicitario.

Para la obtención del carné ATA es necesario dirigirse a la Cámara de Comercio de la demarcación de la empresa exportadora.

4.3 NORMAS Y REQUISITOS TÉCNICOS

Barreras no arancelarias. Contingentes y licencias de importación.

Por razones de política exterior, Estados Unidos aplica prohibiciones o ciertos requisitos de aprobación a algunos países como Cuba, Myanmar, la República Popular Democrática de Corea, Irán y determinadas zonas de Sudán.

Las importaciones de productos básicos de las acerías están sujetas a **licencias automáticas**, con independencia de su origen. Según las autoridades estadounidenses, el requisito de licencias no limita la cantidad o el valor de las importaciones de acero sino que está concebido con fines estadísticos. Las licencias se expiden sin coste alguno para las personas que previamente se hayan registrado en el Departamento de Comercio.

Las restricciones cuantitativas y los controles para salvaguardar la salud de los consumidores o proteger la seguridad pública o el medio ambiente se aplican mediante disposiciones en materia de **licencias no automáticas** y abarcan: animales, peces, plantas, productos de las plantas y de animales, estupefacientes, bebidas alcohólicas, tabaco, armas de fuego, explosivos, e instalaciones nucleares.

NORMAS Y REQUISITOS TÉCNICOS

En EE.UU. la normativa de homologación y certificación de productos no se encuentra centralizada sino repartida entre la Administración Federal, las autoridades estatales y municipales y un gran número de asociaciones del sector privado.

Leyes Federales (US Code), Reglamentos Federales (Code of Federal Regulations) y Estatales

El seguimiento de las leyes y de las regulaciones que las desarrollan se puede consultar respectivamente en los siguientes enlaces electrónicos:

a) US Code: <http://www.law.cornell.edu/soj.html>

b) Code of Federal Regulations: <http://www.ecfr.gov/cgi-bin/ECFR?page=browse>

Las normas federales son de cumplimiento obligatorio en todo el país, mientras que las estatales y locales lo son en cada uno de sus respectivos territorios, estados y municipios.

Estándares y homologaciones sectoriales

En EE.UU. existe un gran número de entidades y asociaciones privadas que desarrollan normas de calidad voluntarias para un determinado sector (*industrial standards*), independientemente de que ya existan normas en el ámbito federal o estatal. Aunque estas normas son de carácter privado, y en principio voluntarias, en muchos casos acaban siendo de cumplimiento forzoso en la medida en que los diferentes agentes del mercado así lo exijan como requisito previo a su comercialización y como garantía de calidad.

El *American National Standards Institute* (ANSI) es la institución privada sin ánimo de lucro administradora y coordinadora del sistema voluntario de estandarización de EE.UU. En su página web (www.ansi.org) se puede consultar un catálogo de sus normas, el listado de asociaciones colaboradoras que desarrollan dichas normas, así como normas internacionales.

El organismo federal *National Center for Standards and Certification Information* (<http://ts.nist.gov/Standards/Information/index.cfm>) ofrece la posibilidad de localizar normas, regulaciones técnicas y procedimientos de control de calidad para productos no agrícolas. Asimismo, publica una lista de asociaciones privadas de EE.UU. dedicadas a la investigación y desarrollo de normas o pruebas de ensayo para la verificación de parámetros de calidad.

Los organismos competentes federales estatales o locales pueden exigir algunas veces el cumplimiento de normas emitidas y recomendadas por entidades sectoriales.

Entidades de verificación y certificación

Algunas normas federales, estatales o locales, exigen la verificación y certificación apropiada de los productos. En algunos casos el fabricante puede autocertificarse y en otros se exige la certificación de un laboratorio acreditado.

La *Underwriters Laboratories Inc. (UL)* (www.ul.com) es la entidad de verificación y certificación de calidad y seguridad con mayor reputación en EE.UU. Sin embargo, en los últimos tiempos están surgiendo otros laboratorios independientes, entre los que destaca el grupo de laboratorios privados Intertek Testing Services (ITS) (www.intertek.com). Algunos de estos laboratorios tienen sucursales en España.

Los Acuerdos de Reconocimiento Mutuo (ARM)

EE.UU. y la UE tienen suscrito un Acuerdo de Reconocimiento Mutuo por el cual es posible realizar la evaluación de conformidad de determinados productos en origen, con carácter previo a la exportación, siendo reconocida esta evaluación por el país que importa. Para mayor información, sectores beneficiados y organismos autorizados para realizar la evaluación, se recomienda a las firmas exportadoras que consulten con la Subdirección General de Inspección, Certificación y Asistencia Técnica del Comercio Exterior (SOIVRE), (sgsoivre.sccc@comercio.mineco.es).

Normas de calidad para productos agroalimentarios

Existen numerosas normas y disposiciones de carácter técnico y jurídico para productos agroalimentarios, farmacéuticos y sanitarios. Respecto a los primeros, se puede consultar la Guía Práctica para la Importación de Alimentos en Estados Unidos editada por el Instituto de Comercio Exterior. Para conocer los requisitos imperativos a la importación de bebidas alcohólicas, en concreto, se sugiere contactar con la Oficina Comercial en Washington, DC (washington@comercio.mineco.es).

Requisitos sanitarios y fitosanitarios

El establecimiento de **medidas sanitarias y fitosanitarias** de carácter federal se rigen por la Ley Federal de Productos Alimenticios, Medicamentos y Cosméticos, la Ley de Protección de la Calidad de los Alimentos, la Ley Federal de Inspección de la Carne, la Ley de Protección Fitosanitaria, la Ley Federal sobre Insecticidas, Fungicidas y Rodenticidas, y Ley de Fiscalización de las Sustancias Tóxicas. En general, las medidas sanitarias y fitosanitarias están sujetas a los mismos procedimientos administrativos de formulación de normas que los reglamentos técnicos.

Más información sobre los requisitos sanitarios y fitosanitarios de importación a Estados Unidos puede obtenerse en las siguientes páginas webs:

www.usda.gov US Department of Agriculture, www.aphis.usda.gov y

www.fsis.usda.gov

www.fda.gov US Food and Drug Administration

www.epa.gov US Environmental Protection Agency

4.4 REGULACIÓN DE COBROS Y PAGOS AL EXTERIOR

Estados Unidos no impone, como norma general, control de cambios, pudiendo los inversores extranjeros repatriar capitales, préstamos e ingresos. Algunos pagos, como dividendos, intereses y servicios de ingresos pueden estar sujetos a retención de impuestos. Todas las transacciones de más de 10.000 dólares deben notificarse a Hacienda (*Internal Revenue Service*, <http://www.irs.gov>). Las personas que entren o salgan del país con más de 10.000 dólares en efectivo, ya sea en dólares o en moneda extranjera, deben efectuar una declaración ante Aduanas en el puerto de entrada o salida.

La Administración de Estados Unidos aplica una política activa de sanciones económicas a ciertos países que tienen reflejo en algunas o en todas las actividades de carácter económico y comercial con dichos países. Al Departamento del Tesoro es al que compete administrar los programas de sanciones económicas relacionadas directa o indirectamente con transacciones financieras o comerciales con Cuba, Irán, Corea del Norte y Sudán, grupos terroristas que dificultan el proceso de paz en el Medio Oriente, organizaciones terroristas internacionales (Al Qaeda y grupos afines), y grupos narcotraficantes con sede en Colombia, así como las cuentas bancarias de esas personas o grupos que han sido bloqueadas en Estados Unidos.

Se encuentran prohibidas las nuevas inversiones americanas en Myanmar, así como las donaciones o las transferencias procedentes de los Estados de Siria y Sudán a grupos que puedan aumentar el peligro de acciones terroristas en los Estados Unidos. Las importaciones de bienes y servicios procedentes de Cuba, Irán, Irak, Corea del Norte y Sudán, así como algunos productos procedentes de Angola están prohibidos. Los atentados del 11 de septiembre de 2001 han supuesto una intensificación de estas medidas comerciales y su extensión a un contexto internacional. La congelación de activos terroristas en territorio nacional y extranjero ha constituido una de las primeras medidas para la lucha anti-terrorista.

La Patriot Act es el resultado de la revisión y refuerzo de las diferentes leyes estadounidenses que se produjeron como consecuencia de los atentados del 11 de septiembre. Esta Ley, aprobada el 26 de octubre de 2001, establece la base legal para que las autoridades puedan combatir desde dentro a las personas, grupos u organizaciones que pudieran perpetrar acciones terroristas contra los Estados Unidos, sus instituciones o sus ciudadanos.

La Ley persigue tres objetivos principales: identificar y rastrear a los potenciales terroristas; identificar y eliminar sus posibles fuentes de financiación; y detectar y prevenir la importación de cualquier arma o material peligroso que pudieran ser empleados en atentados.

La puesta en marcha de la *Patriot Act* y las regulaciones que la desarrollan han impuesto responsabilidades adicionales a los bufetes jurídicos y profesionales del derecho que actúan en los ámbitos relacionados con el sector financiero, las leyes de inmigración, el derecho internacional, el comercio interior o el derecho aduanero a la hora de aconsejar a sus clientes respecto a la maraña de nuevas disposiciones legales o de determinar si sus prácticas mercantiles se ajustan o no a las referidas provisiones legales o incluso a la hora ayudar a los nuevos negocios a adaptarse a las mismas.

El Export-Import Bank de Estados Unidos (ExImBank) (<http://www.exim.gov>) - agencia crediticia oficial para la promoción de las exportaciones de Estados Unidos, respalda la adquisición de bienes y servicios estadounidenses por parte de compradores internacionales solventes que no pueden obtener créditos a través de fuentes tradicionales de comercialización y financiación estructurada. Desde julio 2015 esta agencia se encuentra en suspensión legal, hasta que el Capitolio renueve su vigencia y financiación.

Ex-Im Bank no compite con entidades crediticias del sector privado sino que proporciona productos que cubren las lagunas en el área de comercialización y financiación estructurada. EximBank asume el riesgo país y el riesgo crediticio que el sector privado no puede o no quiere aceptar y ayuda a equiparar las condiciones para los exportadores de Estados Unidos igualando la financiación que otros Estados brindan a sus exportadores.

Ex-Im Bank apoya la adquisición de bienes de capital y servicios relacionados de EE.UU. garantizando o asegurando los préstamos a compradores internacionales. En algunos casos, también proporciona préstamos directos a los compradores. Hay financiación a corto, mediano y largo plazo.

Instituciones Financieras

En primer lugar cabe destacar que el Tesoro (concretamente el "*Financial Crimes Enforcement Network*", también conocido como "FinCen") dispone legalmente de amplios poderes a la hora de investigar potenciales actividades terroristas.

La *Patriot Act* también modifica y complementa la *Bank Secrecy Act* y otras regulaciones federales, a la vez que establece de forma pormenorizada nuevos requisitos operativos de obligado cumplimiento por las instituciones financieras.

En este sentido, las instituciones financieras han desarrollado y puesto en marcha programas contra el blanqueo de dinero; obtenida y verificada nueva información sobre nuevos y antiguos depositantes; y han procedido a documentar, actualizar y archivar dichos datos.

La Ley exige además que las entidades financieras lleven a cabo investigaciones adicionales relativas a sus clientes con el fin de detectar y en su caso dar parte de aquellos casos de blanqueo de dinero así como de identificar y proporcionar al Departamento del Tesoro información sobre cuentas corrientes de riesgo a partir de la información disponible en las nuevas o actualizadas bases de datos.

Programas contra el blanqueo de dinero

La *Patriot Act* otorga la consideración de crimen al blanqueo de dinero conforme lo establecido en el *United States Code* y establece que las instituciones financieras deberán establecer programas anti-blanqueo de capitales. Estos programas se añaden al ya existente "*know your customer*" y a los requisitos del "*enhanced due*

diligence".

Sin embargo, una de las novedades de la Ley a estos efectos es que extiende el concepto de entidad financiera a otras figuras distintas tradicionalmente de aquellas. Así, por entidad financiera deberá entenderse una institución o banco asegurado, banco de depósitos, banco comercial, compañía de seguros, las figuras del *broker/dealer*, la joyería, la agencia de viaje, o el prestamista.

Al respecto, la Ley establece que dichos programas anti-blanqueo deberán establecer y poner en marcha políticas internas, procedimientos y controles, designar personas responsables de su ejecución, impartir programas de formación a los empleados en medidas contra el blanqueo de capitales y crear y administrar un cuerpo independiente de auditoría responsable de controlar y regular el programa contra el blanqueo de capitales. Cabe señalar que dichas actuaciones deben ajustarse caso a caso a cada institución, no siendo de utilidad los programas de carácter genérico. Incluso, expertos del sector recomiendan acudir a consultores externos que evalúen el grado de conformidad de sus programas con la Ley con el fin de evitar las posibles sanciones y multas previstas en la misma.

Exigencia de informaciones adicionales

La Ley (*Patriot Act*) confiere al Secretario del Tesoro, a través del FinCen, la potestad de reclamar a las instituciones y agencias financieras nacionales la adopción de medidas especiales, si existen evidencias razonables, para determinar si una entidad puede estar involucrada en operaciones de blanqueo de capitales.

Las decisiones del FinCen se basarán en normas de carácter objetivo pero tienen la capacidad de afectar a las relaciones de las instituciones financieras con sus clientes. Estos últimos se ven obligados a responder a las exigencias y prerequisites que marca la Ley.

De esta manera, el Secretario del Tesoro puede exigir que las instituciones financieras:

Diseñen y pongan en marcha un sistema de mantenimiento de datos y de traslado de la información requerida. Obtengan y conserven la información relativa al propietario beneficiado de los fondos en cuestión. Prohíban o impongan condiciones respecto a la apertura y mantenimiento de cuentas corrientes.

La Ley también exige que las instituciones financieras pongan en marcha procedimientos para verificar la identidad de los clientes que soliciten abrir cuentas corrientes y para mantener información que permitan la verificación de la identidad del cliente.

Además, las entidades financieras deberán consultar las listas proporcionadas por las diferentes agencias estatales de conocidos sospechosos o de organizaciones terroristas. Asimismo, las referidas entidades tienen prohibida la gestión financiera de cuentas en EE.UU. de entidades financieras internacionales que no tengan una clara sede social.

Diligencias suplementarias

La *Patriot Act* exige además que las instituciones financieras que administren cuentas bancarias o cuentas de correspondencia en EE.UU. de personas no norteamericanas establezcan políticas, procedimientos y controles apropiados, específicos y, cuando sean necesarios, reforzados destinados a detectar y comunicar casos de blanqueo de capitales a través de dichas cuentas.

Actuaciones adicionales de esta naturaleza serán de aplicación para el caso de cuentas propiedad de inversores individuales con un saldo de más de 1 millón de dólares.

En resumidas cuentas, las instituciones financieras deberán:

Verificar quienes son los propietarios de las cuentas y de donde proceden los fondos. Informar de las transacciones sospechosas. Controlar especialmente las cuentas de personalidades políticas extranjeras relevantes y de sus familiares.

La ley también contempla normas adicionales que, además de facilitar legalmente la revelación de información sobre cuentas y personas, incrementen la colaboración entre las instituciones financieras y el Departamento del Tesoro. Estas normas exigirán que las instituciones financieras designen empleados encargados de recibir información, de hacer el seguimiento de cuentas o de identificar a personas o entidades y posteriormente a compartir dicha información con el Departamento del Tesoro y otros organismos financieros.

4.5 CONTRATACIÓN PÚBLICA

La Constitución de EE.UU. otorga a la Administración Federal la potestad de contratar los bienes y servicios que sean necesarios para la defensa y bienestar general de la nación. Sin embargo, en otro artículo se establece que cualquier retirada de fondos del Tesoro Público deberá estar justificada por la pertinente ley de apropiación. Por lo tanto, la Administración Federal sólo podrá realizar aquellas compras de bienes y servicios para las cuales el Congreso haya aprobado los fondos correspondientes. Además, el Congreso generalmente establece restricciones o condiciones para dichas apropiaciones de fondos, que son las causantes de la mayoría de particularidades de la legislación contractual federal, ya que en el desarrollo de dichas leyes se establecen regulaciones donde se plasmarán los mandamientos del Congreso.

La *Federal Acquisition Regulation* (FAR), aprobada en 1984, constituye la normativa básica que regula las compras de bienes y servicios por parte de la Administración Federal de EE.UU. La FAR, conjuntamente con los suplementos desarrollados para cada una de las agencias, substituye la antigua legislación compuesta por los *Federal Procurement Regulations*, *Defense Acquisition Regulation* y la *NASA Procurement Regulations*.

En 1985, entró en vigor la *Competition in Contract Act* (CICA), ley que exigía a la Administración realizar sus compras a través de concursos públicos y abiertos (*full and open competition*), a no ser que concurriera alguna de las excepciones previstas por el artículo 6.302 del FAR, que afecta al procedimiento a través del cual la Administración Federal lleva a cabo sus compras. La CICA exige que los concursos para la adquisición de bienes y servicios se realicen de forma abierta y pública siempre que superen el umbral establecido para el procedimiento simplificado.

Por otro lado, en 1994 fue aprobada la *Federal Acquisition Streamlining Act*, por la cual se procedía a la simplificación del sistema de compras federales y cuyas innovaciones más importantes fueron las siguientes:

Establecimiento de un sistema de adquisición simplificada para todas las compras inferiores a 100.000 dólares, reservándose todos los contratos por cuantías entre 2.500 y 100.000 dólares a pequeñas empresas, según definición contenida en el Code of Federal Regulations en su Título 13, Parte 121. Requerimiento a la Administración de adquirir productos tecnológicos comerciales siempre que fuera posible, a diferencia de programas hechos a medida para el comprador. Encargar el diseño del *Federal Acquisition Computer Network* al *Office of Federal Procurement Policy* (OFPP), consistente en un sistema electrónico de compras a través del cual las empresas interesadas pudiesen consultar los concursos, someter ofertas, recibir contratos y cobrar a través de sistemas informáticos.

Posteriormente, el Congreso aprobó en 1996 la *Federal Acquisition Reform Act* (FARA) y la *Information Technology Management Reform Act* (ITMRA). Por la primera ley, se matizaba el requerimiento a las agencias federales de proceder a través de

concursos públicos y abiertos, establecido por la CICA, supeditándolo a la consecución de las necesidades de la Administración de forma eficiente (*efficiently fulfill the government's requirements*). Gracias a esta reforma, las agencias federales pueden realizar a través del sistema de adquisición simplificado compras de productos comerciales por valor de hasta 5.000.000 dólares. Una nueva redacción de FAR Part 25, mucho más llana y comprensible, fue aprobada. El nuevo texto se publicó en la *Federal Acquisition Circular* del 27 de diciembre de 1999 (FAC 97-15), que puede consultarse en la siguiente dirección:

<http://www.acquisition.gov/far/>.

Limitaciones a la adquisición de productos extranjeros

En EE.UU. existen múltiples leyes que restringen la capacidad de la Administración para la compra de bienes y servicios procedentes del extranjero, a menos que ello sea considerado "*in government's best interest*". De todos modos, la definición realizada por el Congreso de este concepto es bastante ardua y compleja, desincentivando a muchas empresas a ofertar tales productos.

Las principales leyes que regulan la adquisición de productos y servicios extranjeros por parte de la Administración Federal son: *Buy America Act* y *Balance of Payments Program*, en función de si los productos y servicios van a consumirse dentro o fuera del territorio de EE.UU.

Buy America Act (BAA)

La BAA establece las normas básicas para la adquisición de bienes, servicios y materiales de construcción procedentes del extranjero por parte de la Administración Federal. En principio, la BAA limita la adquisición de suministros a lo que se denominan productos finales nacionales (*domestic end products*), que deben haber sido manufacturados en Estados Unidos y con un coste de componentes americanos superior al 50%. Esta preferencia a los productos nacionales se aplica dentro de ciertos márgenes. En realidad, supone una penalización en el precio de los productos extranjeros de un 6% o de un 12%, según se compare con una oferta de una pequeña o de una gran empresa. Por ejemplo, un producto extranjero cuyo precio sea de 150.000 dólares será descartado frente a una oferta de producto nacional no superior a 159.000 dólares ($150.000 + 6\%$), si el oferente es una gran empresa o frente a una oferta de hasta 168.000 dólares ($150.000 + 12\%$) si es ofertado por una empresa pequeña.

Es importante destacar en este punto que la BAA no se aplica en aquellas licitaciones cubiertas por el Acuerdo de Contratación Pública de la OMC, del que son parte EE.UU. y la Unión Europea, por lo que una oferta realizada por una empresa española no se vería afectada por la BAA. El Acuerdo de Contratación Pública de la OMC incluye también las compras de algunas de las entidades públicas de 37 de los 50 Estados de la Unión.

Una vez dicho esto, debe señalarse también que la BAA tiene un fuerte impacto en la contratación que realizan los Estados en proyectos de infraestructuras que reciben fondos federales (quedan incluidos los de autopistas y carreteras, transporte urbano y aeropuertos) pues en estos casos todas las adquisiciones de bienes y servicios relacionados deben tener un importante componente de productos nacionales y pueden obligar a que productos como el hierro y el acero sean en su totalidad de origen y fabricación estadounidense.

Se facilitan los siguientes enlaces electrónicos (obtenidos del portal de la OMC) donde se detalla el compromiso de Estados Unidos en el Acuerdo de Contratación Pública.

Administración Federal: http://www.wto.org/english/tratop_e/gproc_e/usa1.doc
Estados: http://www.wto.org/english/tratop_e/gproc_e/usa2.doc Otros entes

públicos de EEUU:

http://www.wto.org/english/tratop_e/gproc_e/usa3.doc

Small Business Act (SBA). La ley data de 1953 y se modifica normalmente con el Proyecto de Presupuesto. Reserva una parte del mercado de contratación pública, aproximadamente el 30% del total, para las PYMES. Para más información se puede consultar la siguiente web:

<http://www.sba.gov/>

Balance of Payments Program (BPP). Las contrataciones federales de bienes, servicios y materiales de construcción cuyo uso o consumo vaya a realizarse fuera de Estados Unidos están reguladas por el BPP. Las restricciones impuestas tienen por objeto minimizar el efecto del gasto público en la balanza de pagos. Se exige que los bienes y servicios adquiridos por entidades federales cuyo uso o consumo vayan a realizarse en el extranjero sean nacionales salvo que su coste supere en más de un 50% al que tendrían de adquirirse en el extranjero.

Este criterio se aplica también a los contratistas que vayan a desarrollar obras de construcción, reparación o mantenimiento en propiedades de la Administración de EE.UU. en el extranjero. Deberán utilizar materiales de construcción americanos a menos que su coste exceda en más de un 50% al coste de los materiales de construcción extranjeros.

Del total del importe de fondos federales destinados a la adquisición de bienes y servicios, las dos terceras partes corresponden al **Departamento de Defensa**. España tiene suscrito con Estados Unidos un Convenio de Cooperación Industrial para la Defensa. Este Convenio ofrece a las empresas españolas la posibilidad de contratar con el Departamento de Defensa de EE.UU. obviando las limitaciones establecidas en la *Buy America Act*, aunque, a pesar de esta oportunidad para nuestras empresas, debe indicarse que existen ciertas prohibiciones para las adquisiciones por parte de Defensa a los proveedores extranjeros, cuyo exclusión se justifica bajo motivos de "seguridad nacional".

La Administración Federal publica todas las licitaciones, por encima de los 25.000 dólares, incluyendo todos sus Departamentos, en la siguiente y única dirección electrónica:

<http://www.fedbizopps.gov/> Los portales de los Estados también tienen información relativa a las licitaciones propias de cada uno de ellos.

5 INVERSIONES EXTRANJERAS / INCENTIVOS A LA INVERSIÓN

5.1 MARCO LEGAL

La economía de Estados Unidos es abierta y tradicionalmente favorable a la Inversión Extranjera Directa, ofreciendo al inversor extranjero un tratamiento nacional.

Sin embargo, existen dos tipos principales de excepciones a este principio de apertura: a) restricciones similares a las que adoptan la mayoría de países desarrollados por razones de seguridad nacional en un número limitado de sectores como banca, defensa, comunicaciones, transporte aéreo o energía nuclear, y b) restricciones originadas por la legislación Exon-Florio, que otorgan al presidente la facultad de bloquear operaciones de compra de compañías estadounidenses por parte de compañías extranjeras.

Con el fin de facilitar el conocimiento de este tipo de excepciones, los países miembros de la OCDE están obligados a notificar las restricciones que afectan al tratamiento nacional, publicando periódicamente un listado con dichas medidas: **List**

of measures reported as exceptions to national treatment (<http://www.oecd.org/daf/inv/investment-policy/NTItransparencyENG.pdf>). En el caso de Estados Unidos (páginas 104-112 del informe), dicho listado incluye medidas adoptadas tanto a nivel federal como a nivel estatal.

A continuación se citan las principales restricciones a la Inversión Directa Extranjera en Estados Unidos. En todo caso, conviene recordar que existen mecanismos para superar este tipo de restricciones como por ejemplo, la asociación con una empresa local.

Restricciones específicas por sectores:

La participación extranjera está sometida a mayores controles y limitaciones en los siguientes sectores:

- Banca y Seguros

Las operaciones bancarias por parte de entidades extranjeras en Estados Unidos se encuentran reguladas principalmente por la International Banking Act (IBA) de 1978, la Foreign Bank Supervision Enhancement Act (FBSEA) de 1991 y la Riegle-Neal Interstate Banking and Branching Efficiency Act de 1994, así como por la legislación estatal. La normativa federal surge ante la necesidad de mantener un control federal en la regulación y supervisión de las entidades bancarias extranjeras que operan en el país, incluyendo las siguientes restricciones: límites en el número máximo de sucursales por estado y en la adquisición de acciones con derecho a voto, exigencia de depósitos como medida de seguridad, obligación de proporcionar información sobre las actividades del banco dentro y fuera del país, y registro ante el Secretary of the Treasury. Las aseguradoras extranjeras, además de licencias generales, están sometidas a requisitos adicionales como la presentación de un depósito a modo de garantía junto con una declaración de sus activos y deudas. Algunos estados exigen requisitos de capital superiores a los establecidos para las compañías locales. A pesar de las restricciones, el 25% de la Banca Comercial de EE. UU. está controlada por instituciones financieras extranjeras.

- Defensa

La mayoría de las restricciones en el sector de defensa tienen su origen en el Defense Industrial Security Program del Departamento de Defensa, desarrollado a través de la International Security Act de 1947 y la Executive Order No. 10865. Dichas leyes establecen la necesidad de obtener una autorización conocida como "security clearance" para poder acceder a información clasificada como secreta y a la contratación con el Departamento de Defensa. Esta autorización no se otorga a compañías bajo control o influencia extranjera (casos de "excessive foreign ownership, control or influence").

- Comunicaciones

La Federal Communications Commission (FCC) mediante la Federal Communications Act de 1934, posteriormente modificada por la Telecommunications Act de 1996, exige la obtención de una licencia para la transmisión de energía, comunicaciones o señales de radio. Dicha licencia no se otorga a compañías con una participación extranjera superior al 25%, salvo casos de interés nacional.

- Transporte aéreo

La Federal Aviation Act de 1958 establece que el espacio aéreo estadounidense es de soberanía nacional exclusiva. Todas las compañías que se dedican a la operación de aeronaves han de estar registradas ante la Federal Aviation Administration. Según normativa estadounidense y tratados internacionales, las compañías extranjeras pueden obtener un permiso para el transporte aéreo ante el Department of Transportation. Sin embargo, la presencia extranjera no puede representar más del

25% de las acciones con derecho a voto (... *at least 75 percent of the voting interest is owned or controlled by persons that are citizens of the United State...*). Además, las fusiones y adquisiciones de compañías aéreas están sujetas a la aprobación de la Civil Aeronautics Board.

- Transporte marítimo

La Shipping Act of 1916, más conocida como Jones Act, y la Merchant Marine Act de 1920 prohíben, salvo excepciones, el transporte de cabotaje de pasajeros o mercancías dentro de Estados Unidos a bordo de buques extranjeros. Otras restricciones establecen la necesidad de registro en el país, restringen la venta o traspaso de naves y delimitan las zonas de pesca.

- Energía

Los recursos energéticos están regulados mediante leyes federales y estatales y en muchos casos la participación de entes extranjeros está restringida debido a sus implicaciones en la defensa y economía nacional. Las leyes federales, concretamente la Atomic Energy Act de 1954 y la Federal Power Act de 1920, regulan la energía nuclear e hidroeléctrica, el gas natural, la electricidad y sus importaciones. La mayoría de los acuerdos siguen el principio de reciprocidad, en base a las restricciones a las que están sometidas los estadounidenses en países terceros.

- Minas

Conforme a la Deep Seabed Hard Mineral Resources Act de 1980 (The Mineral Leasing Act of 1920) únicamente los ciudadanos estadounidenses pueden obtener una licencia o permiso para la explotación comercial de los recursos minerales.

Restricciones basadas en la normativa: Exon-Florio, Enmienda Byrd y FINSA

Además de las restricciones previstas tradicionalmente para sectores especialmente sensibles como son defensa o comunicaciones, se ha aprobado, con carácter más reciente, un conjunto de normas que ha suscitado gran preocupación entre los inversores extranjeros y un significativo debate en el Congreso estadounidense debido a que otorgan al Presidente la facultad de bloquear operaciones de compañías extranjeras en Estados Unidos. Con el fin de evitar cualquier problema de este tipo, las empresas con grandes proyectos han adoptado una práctica de prenotificar sus operaciones a la administración estadounidense para poder negociar con anterioridad soluciones alternativas. Esta notificación no se considera necesaria en el caso de pequeñas operaciones.

Marco Jurídico

En 1988, bajo un clima de preocupación motivado por ciertas adquisiciones de firmas estadounidenses por parte de compañías japonesas, el Congreso aprueba la Sección 721 de la Defense production Act de 1950, conocida como Enmienda Exon-Florio. Esta disposición otorga al Presidente la facultad de investigar y bloquear adquisiciones de empresas estadounidenses por parte de compañías extranjeras, siempre y cuando haya clara evidencia de que dicha operación pueda poner en peligro la seguridad nacional y la legislación nacional no sea suficiente para su protección. Posteriormente, el Presidente delega la facultad de investigar las inversiones extranjeras y valorar sus efectos sobre la seguridad en el Committee on Foreign Investment in the United States (CFIUS).

En noviembre de 1991, el Departamento del Tesoro publica los reglamentos que desarrollan la disposición de Exon-Florio, estableciendo un sistema voluntario de notificación por parte de las partes implicadas en la adquisición. La mayoría de las compañías cumple con esta notificación voluntariamente debido a que en su ausencia el presidente tiene la capacidad de paralizar la operación indefinidamente y someterla a un mayor escrutinio.

En 1992, el Congreso introduce la Enmienda 837(a) del National Defense Authorization Act para el año fiscal 1993. Esta sección, conocida como Enmienda Byrd, establece que toda adquisición controlada por un Estado extranjero, que conlleve el control de una persona implicada en el comercio entre estados y que pueda afectar a la seguridad nacional, deberá ser investigada.

En 2007, el Presidente Bush firma la Foreign Investment and National Security Act of 2007, P.L. 110-49 de 2007 (FINSA) cuyo objetivo es reformar la Sección 721 de la Defense Production Act y el funcionamiento de CFIUS.

El 21 de noviembre de 2008, el Departamento del Tesoro publicó en el Federal Register el Reglamento de Desarrollo de la *Foreign Investment and National Security Act* (FINSA) de 2007, ley que regula el proceso de revisión que lleva a cabo el Comité. Posteriormente, el Tesoro publicó una Guía informativa con información adicional.

El Comité

El Committee on Foreign Investment in the United States (CFIUS), es un comité compuesto por representantes de varias agencias federales (en las áreas de defensa, justicia, comercio y seguridad nacional), que se encarga de la revisión y control de operaciones o fusiones de empresas estadounidenses por parte de una entidad extranjera que pueden poner en peligro la seguridad nacional.

La notificación de una operación a CFIUS tiene un carácter voluntario. La Guía Informativa ofrece ejemplos en los que CFIUS considera conveniente la notificación previa. El Reglamento exige la aportación de información muy detallada: objetivo y naturaleza de la operación, datos completos de los inversores extranjeros, las entidades estadounidenses implicadas, la empresa matriz, fechas y plazos de la operación, instituciones financieras implicadas, bienes o servicios comercializados, contratos firmados con otras agencias federales, medidas para garantizar la seguridad, etc. Desde aprobación de FINSA, CFIUS tiene autoridad, con rango de ley, para revisar operaciones de compra o fusiones de empresas en sectores que afecten a la seguridad nacional o a infraestructuras críticas y negociar posibles acuerdos que mitiguen su impacto sobre la seguridad nacional. La Guía aclaratoria incluye una lista de factores que CFIUS analizará con especial atención para comprobar si la seguridad nacional puede verse afectada. El análisis de la operación (review) se completa en el 80% de los casos en un plazo de 30 días. En determinados supuestos, se abre una segunda fase de análisis o investigación, con una duración de 45 días adicionales.

La administración estadounidense ha señalado que el objetivo de CFIUS no es impedir la inversión extranjera prohibiendo operaciones sino solucionar problemas de seguridad; hasta el momento el Presidente sólo ha prohibido una operación. El Reglamento intenta ofrecer mayor claridad y seguridad a los inversores que pueden verse afectados por la legislación de FINSA, ofreciendo información más detallada sobre el proceso de revisión de CFIUS. También aumenta la responsabilidad del CFIUS ante el Congreso, exigiendo la elaboración de un informe anual y la notificación de todos los casos. El Reglamento, la Guía aclaratoria y los informes anuales del Congreso introducen ilustraciones y ejemplos. Sin embargo, siguen preocupando aspectos como los costes económicos y legales asociados a la necesidad de aportar información muy detallada desde el inicio de la operación así como la confidencialidad de dicha información.

Otras medidas

Algunos Estados establecen restricciones adicionales y **limitaciones en la compra de terrenos agrícolas** por parte de ciudadanos o empresas extranjeras (California, Illinois, Kansas, Nevada, Dakota del Norte, New Hampshire, Nueva Jersey, Nueva York y Carolina del Norte).

En el área de **la contratación pública existen medidas de carácter proteccionista** (a escala federal y estatal), que ofrecen preferencia a los suministradores y/o productos estadounidenses, con respecto a productos de origen extranjero. Estas restricciones se basan fundamentalmente en dos disposiciones legales conocidas como Buy America (aplicable a las compras dentro del sector transporte que gocen de alguna subvención federal) y Buy American (aplicable a todas las contrataciones públicas de bienes que gocen de subvención federal).

Desde finales de los años 90, la legislación norteamericana permite al Presidente estadounidense actuar **contra empresas extranjeras que inviertan en el sector energético de Irán**. Hasta el momento, Estados Unidos no ha penalizado a ninguna de ellas en base a estas leyes, sin embargo, en 2010, ante el incumplimiento por parte de Irán de las Resoluciones adoptadas por Naciones Unidas y el descubrimiento de una planta secreta de enriquecimiento de uranio, EE UU endureció su posición y amplió el alcance de las sanciones, incluyendo cualquier operación que contribuya al desarrollo de los recursos petrolíferos en Irán así como su producción o exportación. Alrededor de 20 Estados (incluyendo Nueva York, California y Florida) han aprobado legislación para limitar o prohibir la inclusión de empresas con negocios en Irán en la colocación de los fondos de sus planes de pensiones estatales. Además del sector energético, también se introdujeron **sanciones contra las entidades que facilitan financiación** a la República Islámica de Irán. Los casos más comentados han sido los juicios y las multas impuestas a HSBC y BNP Paribas por incumplimiento con la International Emergency Economic Powers Act.

Por último, hay que añadir que el mundo empresarial encuentra escasas limitaciones en las **agencias federales encargadas de controlar diversos aspectos de la actividad empresarial del país**. Agencias federales encargadas de velar por el orden fiscal, la ausencia de monopolios, la regularización de productos químico-farmacéuticos, alimentos, o cuestiones medioambientales pueden imponer límites específicos a un tipo de actividad empresarial concreta o a la producción, manipulación o venta de un producto específico, pero dichos límites son del mismo tipo que los que se pueden encontrar en España o en otros países desarrollados.

Existen sectores que pueden estar regulados por agencias federales o estatales (de la misma manera que en España hay competencias exclusivas del estado central y otras compartidas o transferidas totalmente a las diferentes Comunidades Autónomas), como el energético, la banca o los seguros. En ningún caso se pueden considerar dichas regulaciones como restrictivas para la inversión extranjera o el comercio en general.

Además de las licencias y permisos de cada estado y municipio, los inversores extranjeros también necesitan licencias federales para las siguientes actividades económicas:

ACTIVIDADES Y AGENCIAS FEDERALES DE ESTADOS UNIDOS	
Actividades Económicas	Agencias Federales
Radio y Televisión (emisoras)	Federal Trade Commission (FTC)
Fabricación y comercio de armas de fuego	Bureau of Alcohol, Tobacco, Firearms and Explosives (ATF). Dept. of Justice
Fabricación de bebidas alcohólicas y tabaco	Alcohol and Tobacco Tax Trade Bureau (TTB). Dep. of Treasury
Preparación de carnes	Food and Drug Administration (FDA)
Transportes urbanos	Federal Transit Administration (FTA)
Operaciones y asesoramiento bursátiles	Securities and Exchange Commission (SEC)

Propiedad inmobiliaria

No hay restricciones a la inversión inmobiliaria por parte de extranjeros. Aunque en algunos casos pueden verse afectados por normas fiscales más duras.

5.2 REPATRIACIÓN DE CAPITAL/CONTROL DE CAMBIOS

Estados Unidos no aplica, por norma general, control de cambios, y los inversores extranjeros pueden repatriar libremente capitales, préstamos y beneficios. Algunos pagos, como dividendos e intereses, pueden estar sujetos a retención fiscal. Todas las transacciones al contado de más de 10.000 dólares deben notificarse al IRS, la Hacienda federal. Las personas que entren o salgan del país con más de 10.000 dólares en efectivo, ya sea en dólares o en moneda extranjera, deben efectuar una declaración ante Aduanas al respecto, en el punto de entrada o salida.

La Administración de EEUU aplica una política activa de sanciones económicas. El Departamento del Tesoro es el órgano competente en la administración de los programas de sanciones económicas relacionadas directa o indirectamente con transacciones financieras o comerciales con Cuba, Irán, Corea del Norte y Sudán, grupos terroristas que dificultan el proceso de paz en Oriente Medio, organizaciones terroristas internacionales (Al Qaeda y grupos afines), y grupos narcotraficantes con sede en Colombia, así como con las cuentas bancarias de esas personas o grupos, que han sido bloqueadas en EEUU.

Están prohibidas nuevas inversiones americanas en Myanmar, así como las donaciones o las transferencias procedentes de los Estados de Siria y Sudán que puedan redundar en un incremento del peligro de acciones terroristas en EEUU. Las importaciones de bienes y servicios procedentes de Cuba, Irán, Iraq, Corea del Norte y Sudán, así como algunos productos procedentes de Angola, están prohibidas. Los atentados del 11-S han supuesto una intensificación de estas medidas comerciales. La congelación de activos terroristas en territorio nacional y extranjero ha constituido una de las primeras medidas adoptadas con carácter general para la lucha antiterrorista.

Para obtener más información, puede consultarse la página web de Hacienda (Internal Revenue Service, IRS) en www.irs.gov y buscar "money laundering" (blanqueo de dinero).

5.3 INCENTIVOS A LA INVERSIÓN

Los principales programas de incentivos se encuentran en el ámbito estatal y local, aspecto importante en la decisión sobre el emplazamiento de una empresa extranjera. Estos incentivos consisten en beneficios fiscales y condiciones favorables para la financiación de la inversión, incentivos por la creación de empleo y la formación profesional, etc. Los principales beneficiarios de estos incentivos son las inversiones en plantas productivas y/o filiales que conlleven además la contratación de un alto número de empleados.

Para mayor información sobre los incentivos específicos que se ofrecen en cada Estado pueden consultar las Guías de Estado publicadas por las Oficinas Económicas y Comerciales: <http://www.oficinascomerciales.es/icex/es/navegacion-principal/implantacion-e-inversion-exterior/index.html>. Una vez en la página de ICEX, escribir en su buscador: "Guía Estado [y el nombre del Estado]".

Casi todos los Estados, y en muchos casos los condados e incluso los municipios, tienen agencias dedicadas exclusivamente a la promoción de dichas zonas geográficas como destino de la inversión. El Departamento de Comercio, a través de la Economic Development Administration (EDA), ofrece un Directorio de las agencias de desarrollo económico estatales y de sus ayudas: <http://www.eda.gov/resources/>.

Asimismo, el Departamento de Comercio ha puesto en marcha recientemente la

iniciativa Select USA que complementa las iniciativas estatales y regionales: <http://selectusa.commerce.gov/>. Select USA es el punto de contacto a nivel nacional de la administración estadounidense para las empresas que quieren implantarse o aumentar su negocio en EEUU. Ofrecen apoyo a inversores extranjeros a través de herramientas, información, identificación de programas federales, aclaración de dudas sobre leyes y normas federales así como búsqueda de socios y recursos. También han elaborado un mapa muy útil para consultar los incentivos existentes en cada estado.

5.4 ESTABLECIMIENTO DE EMPRESAS

5.4.1 REPRESENTACIÓN Y AGENCIA

Las formas más económicas y menos comprometidas de canalizar la distribución en los Estados Unidos son la **venta directa y el contrato de agencia o representación**. Los contratos de agencia están regulados por **leyes estatales**, no federales, por ello es importante conocer la normativa local.

El agente nacional será nuestro representante en Estados Unidos, pudiendo también encargarse de los trámites de importación. Al principio exigirá una cantidad fija más comisiones, para pasar probablemente más tarde a percibir únicamente comisiones. El agente nacional incrementará el precio del producto entre un 10% y un 12%, lo que en inglés se denomina "**mark-up**" o "**marcar**" en jerga comercial (si el volumen es muy grande bajará hasta un 5%). Dentro de este margen se negocian los servicios que el agente va a prestar.

La propiedad del producto mientras está en el almacén es todavía del fabricante español. Cuando el agente genera una venta al distribuidor o al minorista, la propiedad de la mercancía pasa directamente del fabricante a estos.

El agente nacional llevará un territorio y ciertas grandes cuentas y contará con el apoyo de brokers regionales para los territorios que no pueda abarcar.

Existen muchas **fuentes** para la localización de representantes, pero destacamos el **Manufacturers' Agents National Association** (<http://www.manaonline.org/>).

A la hora de seleccionar un representante es conveniente valorar los siguientes **factores**, en función del sector que estemos tratando: su experiencia y credibilidad en ventas del sector, formación técnica en tecnología del sector, así como experiencia en el mercado, contactos con las personas que toman las decisiones en las empresas en el ámbito local o regional, referencias, clientes importantes e influyentes dentro del sector, que mantenga relaciones comerciales estables desde hace al menos 5 años con alguna empresa instalada en el mercado, que se comprometa a dedicar esfuerzo a la promoción y ventas de nuestros productos, que disponga de una oficina permanente en el área con adecuado personal técnico, que posea la capacidad para proporcionar información sobre el mercado a los directores de ventas y marketing de la empresa española, y la posibilidad de tener al menos una persona disponible para su formación en profundidad sobre la empresa española y sus productos.

Los representantes o agentes generalmente se encuentran con dificultades para introducir un nuevo producto ya que esto requiere una gran inversión en tiempo y energía, y los beneficios derivados de tal esfuerzo pueden dilatarse en el tiempo. Este esfuerzo inicial es considerablemente mayor cuando la empresa española que está intentando entrar en el mercado es una pequeña empresa que quizá no sea capaz de apoyar las ventas realizando un esfuerzo de marketing suficiente para facilitar la labor de captura de clientes y por tanto, de ventas.

Por otro lado, este medio de distribución resulta habitualmente problemático en este mercado ya que el comprador americano suele ser bastante reticente a realizar los trámites de importación y además, en productos técnicos es prácticamente

imprescindible ofrecer un sistema de servicio posventa de calidad. Según los casos, se valora mucho el servicio de reparación de 24 horas, así como el préstamo de equipamiento en caso de avería, por lo que las empresas que lo ofrezcan podrán vender su equipamiento a unos precios más altos. Se **recomienda** pues, al **exportador español** que siempre que sea necesario se trate de buscar un distribuidor o agente **con un buen servicio posventa**.

5.4.2 TIPOS DE SOCIEDADES. FORMALIDADES DE CONSTITUCIÓN.

1. Tipos de sociedades.

La apertura de una sociedad mercantil se encuentra sujeta a las leyes y normas del Estado en el que se establezca, ya que en EEUU no existen leyes de carácter federal que regulen las sociedades. En todo caso, y aunque puedan existir diferencias entre las leyes aplicables en los distintos Estados, las estructuras empresariales y los procedimientos para el establecimiento de las mismas son básicamente los mismos en todo el país.

Una vez constituida la empresa en cualquiera de los 50 Estados de la Unión y/o en el Distrito de Columbia, ésta puede desarrollar su actividad en más de un Estado, e incluso tener su sede central fuera del Estado en el que se constituyó legalmente. No obstante, todas las operaciones estarían sujetas a las leyes de sociedades y a los impuestos del Estado de constitución.

Para operar en un Estado distinto al de origen, la empresa tiene que presentar ante la oficina del Secretario de Estado del Estado correspondiente entre otros documentos, su Documento de Constitución "Certificate of Incorporation", y pagar una tasa anual.

Existen tres tipos principales de sociedades:

1. **Sole proprietorship**: el tipo societario más simple. El propietario y su negocio son la misma entidad jurídica por lo que el propietario o empresario es personalmente responsable de todas las obligaciones del negocio.
2. **Partnership**: cuando dos o más individuos son propietarios del negocio. La responsabilidad ante las obligaciones puede ser limitada o ilimitada.
3. **Corporation**: entidad jurídica independiente de sus accionistas.

Estos tipos además se dividen en otros subtipos:

- Sociedad Anónima (Corporation C)
- Sociedad Anónima (Corporation S)
- Sociedad Colectiva (General Partnership)
- Sociedad Comanditaria (Limited Partnership)
- Sociedad de Responsabilidad Limitada (Limited Liability Company (LLC))
- Propietario individual (Sole Proprietorship)
- Sucursal de una empresa extranjera (Branch)
- Joint Venture

Principales diferencias con el modelo español

La creación de una entidad mercantil en los Estados Unidos difiere sensiblemente del proceso a seguir en España. En general, se puede decir que el procedimiento es más rápido y fácil en los Estados Unidos y que los requisitos fundacionales son menores. Las principales diferencias son:

- No existe un capital mínimo para la constitución de ningún tipo de entidad.
- Su constitución se realiza ante una serie de instituciones en cada Estado federal y municipio, sin intervención de una figura como la del notario público en España.
- La intervención de un abogado no es necesaria aunque sí conveniente. Todos

los trámites pueden llevarse a cabo sin la presencia de un letrado, pero existen detalles en el proceso a seguir, en la configuración de los estatutos de la sociedad (by-laws), y otros que pueden resultar confusos o complicados sin la participación de un abogado.

Sociedad Anónima (*Corporation C*)

Se trata de una organización empresarial con entidad jurídica separada y distinta de la sus accionistas, que son sus propietarios o *shareholders*. Esta figura coincide, casi completamente, con lo que en España se conoce como Sociedad Anónima, con las excepciones de que la *Corporation C* no requiere un capital social mínimo para su constitución y los requisitos para su formación son menores. Las *Corporations C* deben pagar impuestos federales sobre las ganancias corporativas y, si una *Corporation C* distribuye dividendos ya sea en dinero o especie a sus accionistas, éstos deben de pagar también impuestos sobre beneficios.

Corporation S

Esta variación de la *Corporation C* difiere principalmente en el tratamiento fiscal, ya que **no paga impuestos sobre las ganancias corporativas**. Se considera que las ganancias y las pérdidas se transmiten a los accionistas, de modo que son ellos los que pagan impuestos sobre los beneficios que hayan obtenido de la corporación hayan o no recibido dividendos de la misma. Una *Corporation S* percibe ventajas impositivas sólo si está integrada por 75 o menos accionistas, ninguno de los cuales puede ser extranjero no residente en el país ni otra corporación, y, con algunas limitaciones, un fideicomiso. Todos los accionistas deben estar de acuerdo en constituirse en una *Corporation S* y la entidad no puede emitir más de un tipo de acciones.

Sociedad Colectiva (*General Partnership*)

Es el equivalente a lo que conocemos por sociedad colectiva. Resulta de la asociación de dos o más personas o entidades, cuya principal característica es que todos los socios tienen responsabilidad ilimitada, aunque no contribuyan de forma igual al capital de la empresa (responsabilidad solidaria). No se requiere un mínimo de capital suscrito por los socios. Es aconsejable que los socios celebren un convenio por escrito, llamado convenio de asociación (*partnership agreement*) para definir los derechos y obligaciones de cada uno.

Sociedad Comanditaria (*Limited Partnership*)

Consiste en uno o más socios con responsabilidad ilimitada (*general partners*) y uno o más socios con responsabilidad limitada (*limited partners*) a sus respectivas contribuciones de capital. Los socios pueden ser personas físicas o jurídicas (otros *partnerships, corporations, etc.*). Equivaldría a una sociedad comanditaria española.

Los socios de responsabilidad ilimitada son personalmente responsables de las deudas y obligaciones de la sociedad. El socio de responsabilidad limitada no puede participar activamente en la gestión de la sociedad.

Sociedad de Responsabilidad Limitada (*Limited Liability Company (LLC)*)

Este tipo de sociedad es una forma nueva de organización que se estableció en la mayoría de los estados a partir de la década de los 90. Las LLC son similares a las sociedades españolas de responsabilidad limitada. Son estructuras empresariales muy flexibles, en cuya organización se incurren en mayores gastos, pero que combinan las ventajas de una *Corporation C* (la responsabilidad de los propietarios es limitada), con las ventajas impositivas de la *General Partnership* (se evita la doble imposición asociada con la *Corporation C* al no estar sujeta al impuesto de sociedades, y los propietarios pueden deducir las pérdidas de sus declaraciones de renta por ingresos personales)

Propietario individual (*Sole Proprietorship*)

Es el tipo de sociedad básico y el más recomendable para el inicio de una actividad empresarial a pequeña escala. El propietario individual o empresario autónomo es responsable personalmente de todas las obligaciones inherentes a la explotación de su negocio o actividad profesional, incluidas las fiscales.

Sucursal de una empresa extranjera (*Branch*)

La sucursal no tiene personalidad jurídica propia (no es titular de derechos y obligaciones), es una extensión de una compañía extranjera y depende completamente de la sociedad matriz que responde legalmente de todas las obligaciones que pudiera contraer. Al no ser una sociedad constituida en los EE.UU. no tiene que cumplir con todas las formalidades legales que conlleva la constitución de una corporación (elimina los trámites de su constitución jurídica pero limita las posibilidades de operar). El establecimiento es mucho más sencillo debiéndose únicamente gestionar la obtención de una autorización para operar en el estado en que vaya a establecerse.

No se exige ningún mínimo o máximo de capital que provenga de la empresa matriz. No hay requerimientos para una auditoría estatutaria. Sin embargo, se exige que se lleven los libros y registros adecuadamente para reflejar con claridad los ingresos impositivos de la sucursal.

La sucursal más simple consiste en un agente que actúa en nombre ajeno con inventario o instalación permanente registrados a su nombre, siendo los gastos de organización mínimos, al no ser necesario crear una nueva entidad en EE.UU.. En el caso de que la empresa española decida operar a través de una sucursal, esta debería serlo de una compañía de nueva constitución y no de la casa matriz, pues de lo contrario, los activos mundiales de la matriz quedarían expuestos a la fiscalidad de EE.UU. y sujetos a cualquier responsabilidad legal (por ejemplo, responsabilidad civil de los productos)

La siguiente tabla resume las principales diferencias entre los distintos tipos de entidades mercantiles, así como sus equivalentes españolas:

Principales diferencias entre tipos de entidades mercantiles y sus equivalentes españolas

Equivalente español	Denominación en EE.UU.	Personalidad Jurídica Propia	Capital mínimo
Sociedad Anónima	<i>Corporation</i>	Sí	No se requiere
Sociedad Colectiva	<i>General Partnership</i>	Sí	No se requiere
Sociedad Comanditaria	<i>Limited Partnership</i>	Sí	No se requiere
Joint Venture	<i>Joint Venture</i>	Sí	No se requiere
Empresario Individual	<i>Sole Proprietorship</i>	No	No se requiere
Sucursal	<i>Branch</i>	No	No se requiere

Equivalente español	Responsabilidad	Constitución y actuación
Sociedad Anónima	Limitada	Requiere cierta formalidad
Sociedad Colectiva	Ilimitada	Relativamente simple, informal, pero es deseable realizar el acuerdo por escrito entre los socios
Sociedad Comanditaria	Ilimitada para <i>General Partners</i> y limitada para <i>Limited Partners</i>	Su constitución es más compleja y costosa que la del <i>General Partnership</i>
Joint Venture	Depende del tipo de sociedad que se constituya	Depende del tipo de sociedad que se constituya
Empresario Individual	Ilimitada	Tiene la forma más simple de constitución y actuación
Sucursal	Es la sociedad matriz quien responde	Depende del tipo de sociedad que sea la sociedad matriz

Constitución de sociedades (formalidades, costes, restricciones a la propiedad extranjera)

Como ya se ha indicado, es recomendable, en primer lugar, ponerse en contacto con un abogado (o despacho de abogados) estadounidense que gestione todo el proceso. Además, es necesario seguir las normas específicas del Estado de constitución. Para información sobre los requisitos específicos de cada Estado se pueden consultar las Guías específicas elaboradas por las Oficinas Comerciales en EEUU: <http://www.oficinascomerciales.es/icex/es/navegacion-principal/implantacion-e-inversion-exterior/index.html>

Con carácter general estos son los pasos a seguir:

Establecimiento de una *Corporation*

Las etapas para la constitución de una corporación se detallan a continuación, teniendo en cuenta que puede haber variaciones entre los Estados:

1.- Nombre de la corporación. A pesar de no ser obligatorio, se puede solicitar, previo al registro de la sociedad, una verificación de que el nombre bajo el cual va a operar la sociedad se encuentra disponible. Esta consulta se debe hacer a través del "Secretary of State" - "Department of Business Service".

2.- Certificado de "Incorporation" ("Articles of Incorporation"). A la hora de cumplimentar el registro de formación, es de obligado cumplimiento facilitar la siguiente información:

Nombre de la futura corporación: debe contener la palabra "corporation", "company", "incorporated" o cualquiera de sus abreviaciones. Objetivos y propósito de la corporación. Nombre de un Agente ("Registered Agent") y dirección de una Oficina ("Registered Office"), necesarias ambas para toda correspondencia con el "Secretary of State". En el caso del Agente, éste debe residir en el Estado y puede desempeñar la función de "Incorporator", director o empleado de la corporación. Número de Acciones: el "Business Corporation Act" no establece ningún tipo de limitación en lo que se refiere al número de acciones que la futura empresa desee emitir. Se deberá sin embargo estipular si las acciones tendrán un precio mínimo de venta ("Par Value"), número de acciones autorizadas ("Authorized Shares") y el número de acciones emitidas ("Shares Proposed to be Issued") A este respecto hay que decir que no todas las acciones autorizadas han de ser emitidas, aunque es obligatorio, para el comienzo del funcionamiento de la corporación, que "unas cuantas" sean. Por último en el impreso se debe especificar el precio a pagar a la empresa por la compra de las

acciones emitidas, aunque este precio no será en ningún caso inferior al total del "par value", en caso de que éste hubiese sido especificado. Si no se especifica lo contrario en el impreso/formulario, la fecha de comienzo de las operaciones será la de entrega de dicho formulario.

3.- Libro corporativo. Obtención por parte del abogado de un libro corporativo ("corporate record book"), sello y certificados de las acciones de la corporación.

4.- Preparación y firma de documentos. Se han de preparar los siguientes documentos:

Los "By-Laws", documentos equivalentes a los estatutos sociales. Incluyen el funcionamiento interno y regulación de la sociedad (pago de dividendos, etc.) y no es documento público. La declaración del incorporador (persona que ha constituido la empresa en EEUU) Las actas de la primera reunión del Consejo de Administración, o en su lugar un consentimiento por escrito. Oferta y aceptación de suscripciones al capital social de la nueva corporación, elección de los ejecutivos, año fiscal, regulación de la sociedad a efectos fiscales, etc. Registro de la corporación en los Estados en los que realizará operaciones. Apertura de cuentas bancarias en los EEUU.

5.- Registros con otras oficinas: Una vez que la empresa ha cumplimentado todas las formalidades especificadas en los "Articles of Incorporation" y ha recibido de la Secretaría de Estado el correspondiente Certificado de Incorporación ("Certificate of Incorporation"), la empresa tiene un plazo de quince días para registrarse en el "Office of the Recorder Deeds del County" (condado) donde desea implantarse. Por otro lado, aunque la empresa esté autorizada por los "Articles of Incorporation" a emitir acciones, no podrá venderlas hasta que éstas estén registradas en el "Securities Department" del "Secretary of State".

Establecimiento de una fábrica

Con muy pocas excepciones, una compañía española debe tratar que el propietario y gestor de la fábrica sea una corporación filial constituida en los EEUU. Esta filial en los EEUU, no tendrá necesidad de estar ubicada en el mismo Estado que la fábrica; aunque sí deberá estar registrada en el Estado de la fábrica.

Para establecer una fábrica es **importante** tener en cuenta los siguientes **factores**:

Localización de la misma (basándose en factores tales como: incentivos, proximidad de los mercados más importantes, de las materias primas, medios de transporte, disponibilidad y coste de mano de obra, calidad y coste de vida, regulaciones de medio ambiente, disponibilidad de carburante, energía, agua, y otros servicios, etc.) **Registrar las patentes, marcas y derechos de autor** estadounidenses en relación con los artículos que van a ser producidos y vendidos. Estudiar **restricciones locales** y normativas locales sobre zonas y edificios y sobre medio ambiente, seguridad y protección al consumidor. Tener en cuenta la **legislación** sobre la **igualdad de oportunidades**. Tipos de **financiación**. Negociar las subvenciones con las autoridades estatales y locales.

5.4.3 FORMACIÓN DE "JOINT-VENTURES". SOCIOS LOCALES

También es importante destacar, aunque no sea un tipo de entidad mercantil, la figura de la *Joint Venture*. Se trata de una empresa entre dos socios/partes para participar en los beneficios de un proyecto común particular. La gran mayoría de las *Joint Venture* estadounidenses van a suponer la formación de una nueva corporación en la que dos o más personas o compañías norteamericanas y españolas son accionistas. En otros casos, se establecen como *General partnership*, en la que la compañía estadounidense y la subsidiaria estadounidense de una española son socios.

Se puede también formar *Joint Ventures* con socios que no sean estadounidenses. Esta fórmula ha sido muy utilizada por empresas españolas que se han asociado con compañías distribuidoras de productos similares para aprovechar la red de distribución de la compañía norteamericana.

5.5 PROPIEDAD INDUSTRIAL (MARCAS, PATENTES, DISEÑOS, LICENCIAS)

El organismo federal encargado del registro y administración de la normativa de patentes y marcas en EEUU es la *Patent & Trademark Office* (PTO), cuya web es: www.uspto.gov. La legislación federal que recoge estas cuestiones se recoge en el Título 37 del CFR y se puede consultar directamente en la siguiente página web: www.access.gpo.gov/nara/cfr/waisidx_06/37cfrv1_06.html#101

Patentes

Según la define la ley estadounidense, una patente es la concesión por parte de la Administración al inventor, o a las personas que éste autorice, de la titularidad del derecho sobre un invento en EEUU, incluyendo la restricción de la importación. La duración de la patente es de 20 años computables a partir de la solicitud de la misma. La ley establece que, salvo excepciones, solamente el inventor o inventores podrán solicitar la patente. La persona que simplemente haya aportado fondos para financiar la invención, en ningún caso será considerada como inventor.

Una patente extranjera que haya sido previamente registrada en otro país podrá registrarse en EEUU siempre y cuando se haga dentro de los doce meses (seis si se trata de una patente de diseño) desde la fecha en que fue registrada en el extranjero por primera vez.

Si bien legalmente los inventores pueden registrarse sin necesidad de los servicios de un abogado, en la práctica resulta difícil. La PTO recomienda contratar los servicios de un profesional.

Marcas

De acuerdo con la legislación estadounidense, una marca es una palabra, frase, símbolo o diseño, que identifica y distingue el origen de un producto o servicio del mismo.

Los derechos de las marcas se originan mediante el uso real de la marca, o rellenando una solicitud para registrar la marca ante la PTO. Esta segunda opción es más recomendable, ya que si bien cualquier operador económico que reclame derechos sobre una marca puede usar los símbolos TM (*trademark*) o SM (*servicemark*) con el fin de alertar sobre su derecho, el símbolo de copyright (®) solamente puede ser utilizado cuando la marca está registrada ante la PTO.

Existen tres maneras de solicitar el registro de marcas ante la PTO:

- Solicitud de uso, si ya se está usando la marca comercialmente.
- Solicitud de intención de uso, si no se está utilizando la marca, pero existe "buena intención" de usarla comercialmente.
- Si la marca está inscrita en el registro de otro país, según ciertos acuerdos internacionales.

La presentación de solicitud debe hacerse en nombre del propietario de la marca; normalmente, una persona, empresa o sociedad. Las personas que no residan en EEUU deben designar, por escrito, el nombre y la dirección de un representante local. Puede ser útil hacer una investigación de "conflicto" con otras marcas antes del registro.

La duración de una marca registrada ante la PTO es de diez años, prorrogables por otros diez años. A diferencia de los derechos de autor y de las patentes, los derechos de una marca prevalecen indefinidamente si el propietario sigue utilizando la marca para identificar sus productos o servicios.

Es recomendable que las empresas y ciudadanos españoles se dirijan a la Oficina Española de Patentes y Marcas (OEPM) y a una empresa especializada en propiedad industrial para obtener recomendaciones sobre registro de marcas en España y las opciones de registro en EE.UU.

6 SISTEMA FISCAL

6.1 ESTRUCTURA GENERAL

Antes de iniciar un negocio en EEUU es preciso determinar la carga fiscal que soportará la empresa (tanto los impuestos federales como aquellos otros que serán exigidos por los distintos estados y municipios en que la empresa ejerza sus actividades), ya que el importe total de la deuda tributaria de la empresa puede variar significativamente de una localidad a otra.

En líneas generales, los costes fiscales del establecimiento en EEUU son, en cuanto a la estructura, similares a los que existen en los demás países de la OCDE. La creación de una sociedad no supone una carga fiscal importante para la empresa, al existir en muchos casos beneficios e incentivos de tipo fiscal, en función del Estado de ubicación.

Existen además otras cargas fiscales (municipales, de los condados, etc.), cuya sistematización resulta imposible en una Guía como ésta, al contar los EEUU con más de 10.000 jurisdicciones fiscales. En general, en la práctica totalidad de los Estados existe el Impuesto sobre las Ventas (*Sales Tax*) y el Impuesto sobre los Bienes Inmuebles (*Property Tax*).

El ejercicio fiscal tiene una duración de 12 meses, pudiéndose elegir entre la opción de año natural (*Calendar tax year*) de enero a diciembre, y la opción de año fiscal (*Fiscal tax year*), período de 12 meses consecutivos definido por el sujeto fiscal.

Para mayor información se puede consultar la página del Internal Revenue Service (IRS), la Agencia Tributaria estadounidense: <http://www.irs.gov/>. También se pueden consultar las Guías de Estados elaboradas por las Oficinas Comerciales: <http://www.oficinascomerciales.es/icex/es/navegacion-principal/implantacion-e-inversion-exterior/index.html>.

6.2 SISTEMA IMPOSITIVO (ESTATAL, REGIONAL Y LOCAL)

Como ya se ha mencionado, en EEUU existen impuestos federales, estatales y municipales que gravan la renta de las personas físicas y jurídicas. A nivel federal, la Internal Revenue Service conocida por sus siglas IRS, es la agencia del Departamento del Tesoro encargada de la administración fiscal del país. A nivel estatal y local se han de consultar las respectivas agencias.

El 14 de enero de 2013, el Ministro de Hacienda y Administraciones Públicas, Cristóbal Montoro, y el Embajador de EEUU en España, Alan D. Solomont, firmaron el Protocolo que modifica el Convenio entre el Reino de España y los Estados Unidos de América para evitar la doble imposición y prevenir la evasión fiscal vigente desde el 22 de febrero de 1990. El texto del nuevo Convenio se puede consultar en: <http://www.minhap.gob.es/Documentacion/Publico/NormativaDoctrina/Tributaria/CDI/E>
A día de hoy, el Senado de EEUU todavía no lo ha ratificado.

En los últimos años, Estados Unidos se ha convertido, junto con el Reino Unido, en

uno de los principales destinos de las inversiones españolas directas en el exterior, razón por la cual, tanto el número de empresas españolas establecidas en EEUU, como su actividad, han aumentado considerablemente. Este aumento en las relaciones e inversiones entre ambos países, ha hecho necesario una revisión y actualización del Convenio. El nuevo protocolo modifica hasta 14 artículos del convenio actual, vigente desde hace 24 años, adaptando el Convenio tanto a las necesidades derivadas de las actuales relaciones económicas y comerciales entre España y Estados Unidos, como a los sucesivos cambios que se han ido produciendo en el Modelo Convenio de la OCDE para evitar la doble imposición. Con el protocolo, el Convenio se coloca en un marco semejante al que tiene España con sus socios preferentes de la Unión Europea. Ambos países han acordado conceder un mejor trato a las inversiones, reduciendo la carga impositiva sobre los dividendos y ampliando el ámbito para poder beneficiarse del tipo reducido o de los supuestos de exención. Respecto a los intereses y cánones, se aplicará en general el principio de tributación en el país de residencia del inversor. El tratamiento de las ganancias de capital por venta de participaciones sustanciales en el capital de una empresa también ha sido objeto de modificación, mejorando la situación actual. Asimismo, se ha establecido un nuevo mecanismo de arbitraje para resolver más ágilmente las diferencias entre Administraciones, lo que supondrá menores costes en la práctica para los contribuyentes afectados.

Por último, para aclarar dudas de carácter fiscal se puede consultar la **Publicación 519** del IRS (*U.S. Tax Guide for Aliens*), que es una guía sobre el tratamiento fiscal de los extranjeros en EEUU disponible en la página web del IRS: <http://www.irs.gov/publications/p519/index.html>.

6.3 IMPUESTOS

Imposición sobre el patrimonio.

No existe impuesto de patrimonio.

6.3.1 IMPOSICIÓN SOBRE SOCIEDADES

Imposición sobre sociedades.

Los tipos del Impuesto Federal sobre la Renta de las Corporaciones oscilan entre el 15% y el 35%, dependiendo de la base imponible. Además, si dicho montante sobrepasa determinados límites se aplican recargos del 5% y del 3%.

A continuación se incluye un cuadro que recoge la escala del gravamen del impuesto federal.

Impuesto de sociedades federal

CORPORATE FEDERAL INCOME TAX Impuesto de Sociedades federal			
	Superior a	Pero no mayor que	Tasa
	\$ 0	\$ 50.000	15%
	\$ 50.000	\$ 75.000	\$ 7.500 + 25%
Base	\$ 75.000	\$ 100.000	\$13.750 + 34%
Imponible	\$ 100.000	\$ 335.000	\$22.250 + 39%
	\$ 335.000	\$ 10.000.000	\$113.900 + 34%
	\$ 10.000.000	\$ 15.000.000	\$3.400.000 + 35%
	\$ 15.000.000	\$ 18.333.333	\$5.150.000 + 38%
	\$ 18.333.333	-	35%

Fuente: Internal Revenue Service

<http://www.irs.gov/publications/p542/ar02.html#d0e1896>

El IRS prevé deducciones por los siguientes gastos, siempre y cuando se trate de un gasto ordinario para la empresa: publicidad, comisiones, vehículos, asistencia a convenciones y ferias, depreciación de propiedad, beneficios para los empleados, seguros, servicios legales y contables, gastos de alquiler, planes de pensión, reparaciones, suministros, publicaciones, viajes, dietas, salarios, etc.

El impuesto estatal y municipal varía según estados y municipios. Sólo una pequeña minoría de Estados de la Unión no devengan impuestos sobre los beneficios o las rentas de las sociedades. En la mayoría que sí lo hacen, el tipo impositivo se halla en torno al 10% del beneficio neto.

Para conocer los tipos estatales se puede consultar el siguiente vínculo de la Tax Foundation: <http://taxfoundation.org/article/state-corporate-income-tax-rates>

6.3.2 IMPOSICIÓN SOBRE LA RENTA DE LAS PERSONAS FÍSICAS

El impuesto de personas físicas es un impuesto de carácter federal que se aplica a los norteamericanos y a aquellas personas residentes en Estados Unidos. Para tener la condición de residente en Estados Unidos es necesario que éste disponga de una tarjeta de residente denominada tarjeta verde o *green card* o bien, sin tener la misma, que se hayan cumplido unos requisitos de estancia mínima en el año natural anterior o en los dos años anteriores a la declaración.

El impuesto de la renta se liquida aplicando a la base imponible cuatro baremos diferentes atendiendo a la situación del contribuyente: soltero, casado que opta por una declaración conjunta o viudo que cumple ciertos requisitos, casado que opta por una declaración individual y cabeza de familia. En cada uno de estos cuatro baremos varían los tramos correspondientes a la base imponible pero no así los tipos aplicables que son iguales en todos ellos y oscilan del 10 al 39,6%. Para el 2015 estas tablas se pueden consultar en el siguiente enlace: <http://taxfoundation.org/article/2015-tax-brackets>.

Para calcular la base imponible se parte del ingreso bruto anual (*gross income*), que incluye las rentas procedentes de cualquier fuente y naturaleza como pueden ser rentas del trabajo, pensiones, rentas de capital mobiliario, dividendos, intereses,

beneficios de actividades de carácter comercial, agrícola y no comercial. A estos ingresos brutos se restan las deducciones derivadas de gastos imputables a la actividad, cotizaciones sociales, seguros sanitarios, entre otros, obteniéndose el ingreso bruto ajustado (*adjusted gross income*). Al ingreso bruto ajustado se le restan los gastos personales deducibles o *itemized deductions* (retenciones aplicadas, algunos gastos sanitarios, gastos profesionales de los asalariados, gastos médicos, donaciones, etc.), o la deducción general (*standard deductions*), así como las exoneraciones (*exceptions*) por contribuyente, cónyuge y dependientes. Finalmente hay que deducir del valor resultante, las retenciones aplicadas en su caso.

A escala estatal, se tienen que pagar también impuestos sobre la renta que son deducibles, como se ha dicho más arriba, del cálculo del impuesto federal. Tan solo 9 Estados no aplican el impuesto de la renta a sus residentes (Alaska, Florida, Nevada, New Hampshire, South Dakota, Tennessee, Texas, Washington y Wyoming). En algunos estados el impuesto sobre la renta se grava sobre una tarifa plana (*Flat Rate Individual Income Tax*): Colorado (4,63%), Illinois (5%), Indiana (3,4%), Massachusetts (5,3%), Michigan (4,35%), Pennsylvania (3,07%) y Utah (5%). Los tipos aplicables varían enormemente de unos estados a otros, oscilando entre el 2 y el 11% (media en torno al 6%). La información específica por estados para el año 2015 se puede consultar en el siguiente enlace: <http://taxfoundation.org/article/state-individual-income-tax-rates-and-brackets-2015>

A nivel local, algunos Municipios y Condados recaudan igualmente impuestos sobre la renta que también son deducibles a la hora de liquidar el impuesto sobre la renta federal.

Por último, conviene señalar que existe un **impuesto mínimo**, denominado *alternative minimum tax*, que es de aplicación a personas que se benefician de regímenes especiales y cuya determinación se calcula al tipo máximo del 28%.

6.3.3 IMPOSICIÓN SOBRE EL CONSUMO

En Estados Unidos no existe un Impuesto sobre el Valor Añadido, aplicándose el Impuesto sobre las Ventas (*Sales and Use Tax*) que es recaudado por la mayor parte de los estados y a veces por algunas administraciones locales (Municipios, Condados y Agencias Locales). Se aplican exclusivamente en la fase de venta de bienes y servicios al consumidor final. No se trata, por lo tanto, de un impuesto de aplicación en cascada como en el caso del IVA. Los tipos varían entre un 4 y un 8% según los estados.

Es obligatorio inscribir la empresa en el departamento fiscal (*Tax Department*), del Estado en que está implantada para obtener para obtener el (*Certificate of Authority*). Legalmente, el negocio no puede operar hasta haber recibido este certificado. El permiso autoriza además la recaudación del impuesto de ventas (*Sales Tax*) tanto local como estatal.

Los compradores exentos del pago del *Sales Tax* deben justificarlo en el momento de la venta o en su defecto, en un plazo no superior a 90 días, presentándole al vendedor/proveedor un certificado/carnet de "exención".

El tipo del impuesto varía según los estados. A título de ejemplo, se incluye un cuadro comparativo de los tipos impositivos de los principales estados.

Tipos impositivos del impuesto de ventas de los principales estados

ESTADO	Tipo Impositivo
California	7,5%
Connecticut	6,35%
Florida	6%
Illinois	6,25%
Maryland	6%
Nueva Jersey	7%
Nueva York	4%
Virginia	4,3%
Washington, DC	5,75%

Fuente: Sales Tax Institute

http://www.salestaxinstitute.com/sales_tax_rates.php

Al impuesto anterior hay que añadir el componente local del impuesto. Así, por ejemplo, en la ciudad de Nueva York es el 4,25 %, por lo tanto y considerando que el impuesto del estado de Nueva York es el 4 %, el impuesto total de venta ascendería a 8,25%.

6.3.4 OTROS IMPUESTOS Y TASAS

Impuesto Sobre la Propiedad (*Property Tax*)

En Estados Unidos no existe un Impuesto sobre el Patrimonio, siendo sustituido por el Impuesto sobre la Propiedad o *Property Tax*. Este es un elemento esencial de la fiscalidad de los Estados federados y de las colectividades locales siendo recaudado casi a todos los niveles: Condados, Municipios, Distritos Escolares y Distritos de Servicios Municipales. Estos impuestos se aplican generalmente al conjunto de bienes inmobiliarios de las familias (y de las empresas) y a veces también a los bienes muebles, su aplicación y reglas varía en función de cada Estado, siendo normal la aplicación del impuesto o bien al valor de mercado del bien, el valor de compra o de construcción o la capitalización de las rentas futuras, o bien un porcentaje de estos valores. Los tipos aplicables varían entre el 0,2 y el 3% del valor de la propiedad, al igual que los demás impuestos estatales, estos impuestos son deducibles de la renta de las personas físicas (en el caso de las sociedades sólo están autorizadas a deducírselo si los bienes están vinculados a la actividad comercial).

<http://taxfoundation.org/article/2013-state-business-tax-climate-index-property-tax-component>

En Estados Unidos también son de aplicación los **Impuestos de Sucesiones y Donaciones**.

6.4 TRATAMIENTO FISCAL DE LA INVERSIÓN EXTRANJERA

En los Estados Unidos, el Gobierno Federal se limita a favorecer la existencia de un ambiente propicio a la inversión extranjera. Una compañía extranjera gozaría de las mismas ventajas y obligaciones que una empresa estadounidense que opere en el mismo tipo de negocio y en el mismo lugar.

7 FINANCIACIÓN

7.1 SISTEMA FINANCIERO

Los **agentes institucionales que operan** en el sistema financiero de Estados Unidos pueden agruparse en cuatro amplios grupos:

- **Instituciones del mercado de valores:** bancos de inversión, brokers y dealers y mercados organizados.
- **Instituciones de inversión:** fondos mutuos y sociedades de financiación.
- **Instituciones de ahorro contractual:** compañías de seguros y fondos de pensiones.
- **Instituciones de depósito:** bancos comerciales, asociaciones de préstamo y ahorro, bancos de ahorro mutuo y cooperativas de crédito.

Ranking de los principales bancos comerciales

PRINCIPALES INSTITUCIONES FINANCIERAS			
Posición	Nombre	Ciudad	Estado
1	J.P. MORGAN CHASE & CO.	NEW YORK	NY
2	BANK OF AMERICA CORPORATION	CHARLOTTE	NC
3	CITIGROUP INC.	NEW YORK	NY
4	WELLS FARGO & COMPANY	SAN FRANCISCO	CA
5	U.S. BANCORP	MINNEAPOLIS	MN
6	PNC FINANCIAL SERVICES GROUP, INC.,	PITTSBURGH	PA
7	BANK OF NY MELLON	NEW YORK	NY
8	STATE STREET CORPORATION	BOSTON	MA
9	CAPITAL ONE FINANCIAL CORPORATION	MCLEAN	VA
10	CITIZENS FINANCIAL GROUP, INC.	PROVIDENCE	RI
11	CAPITAL ONE FINANCIAL CORPORATION	MCLEAN	VA
12	TD BANK CORP.	WILMINGTON	DE
13	HSBC NORTH AMERICA HOLDINGS	MCLEAN	VA
14	SUNTRUST BANK	ATLANTA	GA
15	BB&T CORPORATION	WINSTON-SALEM	NC

Fuente: Federal Reserve System.

<http://www.ffiec.gov/nicpubweb/nicweb/HCSGreaterThan10B.aspx>

Supervisión de los mercados: *Securities and Exchange Public Company Accounting Oversight Board (PCAOB) Commission (SEC)*

Los mercados de valores y sus agentes, principalmente los bancos de inversión, se encuentran bajo la supervisión de la *Securities and Exchange Commission (SEC)*.

La SEC es una agencia federal independiente, creada en 1934 por la "Securities Exchange Act", que busca garantizar una condiciones mínimas de transparencia en los mercados de valores, a fin de que los inversores dispongan de información suficiente sobre los activos que toman. La SEC está dirigida por un Consejo de cinco vocales, que son nominados por el Presidente y ratificados por el Senado.

La regulación de los bancos de inversión se centra en el suministro de información y la prevención del fraude. Aunque la supervisión corresponde en teoría en exclusiva a la (SEC), en la práctica los Estados, a través de sus fiscalías, también intervienen.

Por otra parte, las emisiones públicas en Estados Unidos deben registrarse en la SEC. Las empresas emisoras han de elaborar un folleto con toda la información económica y financiera requerida para que la SEC le dé publicidad.

En los mercados secundarios, brokers y dealers reúnen a vendedores y compradores

de valores. La SEC los regula estrictamente para garantizar el suministro de información correcta, evitar el fraude e impedir el uso de información privilegiada. Hasta 1975, la SEC regulaba también las comisiones de los brokers, práctica que se suprimió a partir de esa fecha debido a la reducción de las mismas que produjo la competencia creciente.

Los valores pueden comerciarse de dos maneras: a través de mercados organizados (bolsas) o en mercados *over the counter*. Los dos mercados organizados más conocidos de EE.UU. son la "New York Stock Exchange " (NYSE) y la "American Stock Exchange" (AMEX), ambas en Nueva York. Existen, además, mercados regionales. Las propias Bolsas y la SEC regulan las prácticas comerciales y evitan el uso de información privilegiada. En los mercados *over the counter*, el comercio tiene lugar por teléfono y ordenador fuera de los mercados organizados. Tras la *Securities Amendment Act of 1975*, la SEC promovió el desarrollo de un Sistema de Mercado Nacional. Los brokers y dealers que en él participan se regulan a sí mismos a través de la *National Association of Securities Dealers*. El Sistema de Mercado Nacional suministra cotizaciones por ordenador a través del sistema de la *National Association of Securities Dealers'Automated Quotation (NASDAQ)*, desarrollado en 1971.

Para hacer frente a los escándalos corporativos de fraude contable aparecidos durante el 2001, y que afectaron a numerosas compañías consideradas -hasta entonces- como emblemáticas (Enron, Worldcom, Tyco, Qwest...), se promulgó en agosto 2001 la "**Sarbanes-Oxley Act**", en la que se establecieron mayores controles, exigiendo nuevas responsabilidades a auditores, abogados, ejecutivos y miembros de los Consejos de Administración de las compañías que cotizan públicamente. La aplicación reglamentaria de esta norma corresponde a la SEC.

La ley Sarbanes-Oxley también creó un **nuevo organismo de control**, la **Public Company Accounting Oversight Board (PCAOB)**, cuyo Consejo de dirección de cinco miembros es propuesto por la SEC, y que se ocupa de supervisar la labor de las empresas auditoras en las compañías que cotizan en bolsa. La PCAOB es una institución privada sin ánimo de lucro, que se financia con las comisiones pagadas por las compañías de auditoría y las compañías que cotizan en bolsa. Su principal tarea es mantener un registro con todas las compañías de auditoría habilitadas para auditar las cuentas de las empresas que cotizan en bolsa en EE.UU. También se ocupa de supervisar la elaboración de dichas auditorías, a fin de asegurar que cumplen unos estándares mínimos de calidad y transparencia.

El 21 de julio de 2010 el Presidente Obama firmó la **Ley de reforma de la Regulación Financiera**, referida como la Ley **Dodd-Frank**, después de que se debatiera durante meses en el Senado y en la Cámara de Representantes.

Esta reforma ha introducido los cambios más significativos al sector financiero desde la regulación que fue introducida al acabar la Gran Depresión en los años 30. La reforma pretende proteger a los consumidores, mejorar la supervisión sobre el sistema financiero, así como reducir el riesgo sistémico. Estas son algunas de las principales medidas que afectan directamente al sector bancario:

- **Rediseño del marco institucional:** Se ha tratado de rediseñar las competencias de las distintas agencias reguladoras y supervisoras, para que se identifique claramente cuáles son los organismos responsables de materias como la estabilidad financiera, o la protección al consumidor. Así, se han creado dos nuevos organismos, el Consejo de Estabilidad Financiera, y la Agencia de Protección al Consumidor, mientras que ha desaparecido la Agencia de Supervisión de Ahorros (OTS). Además, se definen y se reorganizan claramente las competencias de las otras instituciones que ya existían.
- **Reserva Federal:** Mantiene y amplía las competencias que tenía anteriormente. Se incluye en su organigrama la Agencia de Protección al consumidor, aunque

este gozará de un alto grado de autonomía. Se reduce el grado de discrecionalidad de la Reserva Federal y la FDIC para dar financiación extraordinaria a una entidad o proveer garantía en una situación de crisis. Por último también se modifica el sistema de elección de los presidentes de las Reservas Federales Estatales, que ya no serán elegidos por representantes de la industria bancaria.



- **Limitación de riesgos y entidades sistémicas:** Esta reforma aborda también unas medidas destinadas a limitar los riesgos que pueden incurrir las entidades bancarias y minimizar el coste que pueda suponer una quiebra de estas para los contribuyentes. A este respecto, uno de los aspectos más destacados es la creación de un nuevo procedimiento de resolución para evitar que existan circunstancias en las que una entidad tuviese que ser rescatada porque su liquidación mediante la legislación general de quiebras (procedimiento habitual) provocaría riesgos para la estabilidad financiera, de esta manera la FDIC y la Federal Reserve podrán intervenir bajo designación del Tesoro con competencias similares a las que ya tienen en la resolución de entidades bancarias. Otro punto importante son las medidas desarrolladas para contener los incentivos que tienen las entidades que se consideran sistémicas para acumular riesgos excesivos. En el caso de instituciones no financieras, será el Consejo de Estabilidad Financiera quien determine el carácter sistémico. En el caso de las instituciones financieras, serán consideradas sistémicas aquellas cuyos activos totales superen los 50MM de dólares.

- **Límites al tamaño y Ley Volcker:** En cuanto a la posibilidad de limitar el tamaño de las entidades no se trata de reducir el tamaño de las entidades actuales, pero si trata de condicionar los procesos de adquisición que se puedan llevar a cabo en el futuro. Se establece la obligatoriedad de notificar a la Reserva Federal con suficiente antelación la adquisición de entidades con más de 10MM de dólares en activos. En cuanto a la denominada Volcker Rule, el objetivo es limitar que las entidades puedan utilizar la protección que tienen por el hecho de ser entidades de depósito para incrementar el nivel de riesgo en el que incurren con objeto de obtener mayor rentabilidad para sus gestores y accionistas. Para evitar estas prácticas, se establece que las entidades bancarias no puedan realizar operaciones por cuenta propia (*proprietary trading*) ni apadrinar *hedge funds* o fondos de capital-riesgo. Las entidades financieras no bancarias consideradas como sistémicas no están sujetas a esta limitación, si bien, en su caso, la Reserva Federal deberá establecer requisitos regulatorios más exigentes e imponer ciertos límites para las operaciones de este tipo que realicen.

Otros cambios importantes introducidos con esta Ley afectan a los mercados de titulización, las agencias de *rating*, y los mercados de derivados. En cuanto a los mercados de titulización el objetivo es corregir los fallos en estos y devolver la confianza en los mismos. Para las agencias de *rating*, muy criticados durante la crisis, se establece una mayor supervisión por parte de la SEC, que emitirá nuevas normas para estas. En los mercados de derivados, se implementará un mayor y estricto control sobre estos para evitar situaciones de elevado riesgo sistémico. La SEC (Securities Exchange Commission) y la CFTC (Commodities Futures Trading Commission) serán las instituciones encargadas de regular estos mercados. Estas agencias, además de auditar y exigir información a los agentes que intervienen en estos mercados, les requerirán el cumplimiento de unos requisitos mínimos de capital y de depósito de fondos para cubrir las posiciones que tengan abiertas en cada momento.

Instituciones financieras públicas

La Administración de EE.UU. interviene en la intermediación financiera directamente, a través de instituciones financieras por él patrocinadas, e indirectamente, garantizando préstamos que hacen los intermediarios financieros privados. Las agencias federales de crédito son instituciones financieras públicas que se dedican a la concesión de ciertos préstamos por razones de política económica y social. Los tres sectores principales en los que intervienen son el crédito agrícola, la financiación de la vivienda y los préstamos a estudiantes.

El sistema de Crédito Agrícola, (*Farm Credit System*) emite bonos y papel comercial en los mercados financieros para conceder a los agricultores préstamos hipotecarios para la adquisición de equipo y préstamos de campaña. El sistema de Crédito Agrícola está formado por cinco bancos regionales (cuatro *Farm Credit Banks* y un *Agricultural Credit Bank*).

La participación de la Administración en la financiación de la vivienda es la más importante de las actividades de financiación pública. De hecho, es sorprendente el grado de intervención pública existente en el mercado hipotecario, que es posiblemente el más elevado de los países desarrollados. La Federal National Mortgage Association (*Fannie Mae*), y la Federal Home Loan Mortgage Company (*Freddy Mac*), fueron agencias públicas hasta que se privatizaron en 1968 y 1970 respectivamente, aunque siempre se consideró que seguían contando con una garantía implícita de la Administración. Con la crisis hipotecaria esta garantía se hizo explícita, puesto que la Administración intervino ambas empresas y tuvo que inyectar capital público para evitar su quiebra. Aunque posteriormente ambas agencias han vuelto a registrar beneficios considerables que se han transferido al Tesoro, su régimen sigue siendo objeto de debate. Aunque ha habido varias iniciativas en el Congreso para volverlas a privatizar no ha sido posible alcanzar un acuerdo. La *Government National Mortgage Association (Ginnie Mae)* permanece como una agencia federal, y se ocupa de emitir bonos en los mercados financieros para suministrar fondos al mercado hipotecario.

Para promover los préstamos a los estudiantes, la Administración creó la *Student Loan Market Association (Sallie Mae)*, que compra bajo la garantía del Estado Federal los préstamos concedidos por intermediarios financieros privados a estudiantes.

7.2 LÍNEAS DE CRÉDITO, ACUERDOS MULTILATERALES DE FINANCIACIÓN

COFIDES y FIEM (Fondo para la Internacionalización de la Empresa).

7.3 ACUERDO DE COOPERACIÓN ECONÓMICO-FINANCIERA CON ESPAÑA

Convenio de Amistad, Defensa y Cooperación, en vigor desde 1983. Dentro de este Acuerdo figura el Convenio Complementario de Cooperación para la Defensa. En virtud de este Convenio las empresas españolas quedan parcialmente exentas de las restricciones establecidas por la "Buy America Act" en el sector de defensa. Este convenio complementario se renovó a comienzos de 2015.

MoU para la investigación y el desarrollo de la Energía, de 1986.

Convenio para Evitar la Doble Imposición. En enero de 2013 se firmó un nuevo Convenio; el original databa de 1990. Está pendiente de ser ratificado por el Senado de EEUU.

MoU para la Cooperación Agraria, entre ambos Ministerios, de 1998.

Declaración conjunta firmada en Madrid el 11 de enero 2001 que establece un marco de cooperación en las áreas de política, defensa, económico-financiera, científica, industrial y tecnología, cultural y seguridad.

La Fundación Consejo España-Estados Unidos se creó en 1997, auspiciada por las

Administraciones de ambos países. Se reúne con carácter anual, alternándose el país que organiza el encuentro.

Plan de Trabajo firmado entre el Ministerio de Agricultura de España y el "Agricultural Plant and Health Inspection Service" de EEUU, para aplicación de las normas relativas a la importación de clementinas.

Acuerdo de Cooperación entre el Club de Exportadores de España y la "Minority Business and Development Agency" del Departamento de Comercio de EE.UU.

Memorándum de Cooperación entre el Ministerio de Fomento y la Federal Railroad Administration (FRA), firmado en julio 2010, en virtud del cual se intercambian expertos y conocimientos para el mutuo desarrollo del transporte por ferrocarril (de pasajeros en EE.UU. y de carga en España). Vencerá en julio de 2015 y no se reactivará, porque ha quedado sustituido por un Memorándum de Cooperación en materia de Transporte "Sostenible", que se suscribió en Madrid en junio de 2014, que tiene un ámbito más amplio.

8 LEGISLACIÓN LABORAL

8.1 CONTRATOS

La mayoría de contratos en Estados Unidos se estipulan bajo la relación laboral designada como "at will" (es decir, una relación a voluntad). Se trata ésta de una relación directa entre empresario y trabajador, no regulada por el Estado, y donde cualquiera de las partes contratantes tiene la facultad de rescindir el contrato a voluntad.

Las excepciones más frecuentes a la contratación *at will* se destacan a continuación:

- En el caso de puestos directivos de alta responsabilidad o profesionales altamente cualificados (científicos, profesores, intelectuales, etc.) es frecuente la formalización de contratos laborales individuales con un condicionado ad hoc detallando los derechos y obligaciones de cada una de las partes contratantes (empresario y empleado.)
- La otra excepción la constituyen los contratos laborales negociados por un convenio colectivo entre los representantes sindicales y la/s empresa/s. Estos convenios cubren alrededor de un 13% de la población activa. Es frecuente la inclusión de la llamada cláusula de "Just Cause" (Causa Justa) que especifica las razones bajo las cuales se puede proceder al despido del trabajador.

Para mayor información sobre las regulaciones en materia laboral, los costes laborales y las percepciones no salariales se puede consultar el Simulador de Costes de Establecimiento: <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/exportadores-habituales/informacion-de-mercados/simulador-costes-de-establecimiento/index.html>

8.2 TRABAJADORES EXTRANJEROS

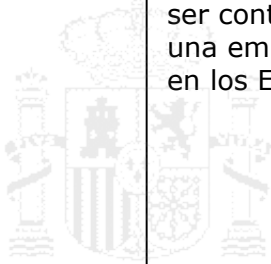
Para un extranjero estar en posesión de un visado de trabajo o negocios es una condición indispensable para poder trabajar, actuar como empresario o invertir en los Estados Unidos. El *US Citizenship and Immigration Services* (<http://www.uscis.gov/portal/site/uscis>) dependiente del *US Department of Homeland Security*, junto con el *US Department of State* (<http://www.state.gov/>), son los organismos oficiales encargados de la concesión y gestión de visados. Existe una gran variedad de los mismos, según cual sea el propósito y la duración de la estancia en los Estados Unidos. A continuación se ofrece un cuadro resumen de aquellos más utilizados para la realización de negocios.


A pesar de que los visados son legalmente imprescindibles para trabajar en los EEUU,

viven y trabajan en este país varios millones de personas extranjeras sin documentos legales, arriesgándose a la deportación u otras sanciones legales y recibiendo normalmente salarios más bajos.

La política de inmigración se endureció tras el 11 de septiembre 2001 y actualmente se está discutiendo la necesidad de una reforma completa del sistema.

PRINCIPALES TIPOS DE VISADO PARA LA REALIZACIÓN DE NEGOCIOS			
Tipo de visado	Razón de su concesión	Duración máxima	Procedimiento de solicitud.
Exención de visado	Para visitas por motivos de turismo y/o negocios inferiores a tres meses.	3 meses	Billete de ida y vuelta en período inferior a 3 meses y solicitud del ESTA antes de iniciar el viaje. Nota: No permite ni trabajar ni estudiar.
B-1	Para la realización de negocios en corto espacio de tiempo y en representación de una empresa no estadounidense.	6 meses prorrogables a 1 año	A través del Consulado de EEUU en Madrid. La prórroga se tramita a través del USCIS antes de que caduque el período inicial del visado. Nota: Este visado no permite trabajar para una empresa americana.
E-1 y E-2	Para empresas o individuos, que en virtud del tratado bilateral de comercio entre España y EEUU vayan o bien a dedicarse exclusivamente al comercio de servicios, productos o tecnología de un volumen importante (E-1), o vayan a invertir una cantidad considerable en los EEUU (E-2).	Límite a especificar por las autoridades americanas	La solicitud para este tipo de visados es muy compleja y la presentación de documentos puede variar en cada caso. Solicitar información el Consulado de EEUU en Madrid. Nota: Usualmente, se suele otorgar por un período inicial de 2 años, aunque puede variar considerablemente.
H-1B	Para aquellos profesionales con una alta especialización teórica y práctica, acreditada por unos estudios superiores específicos en esa	3 años prorrogables a 6 años	El futuro empleador americano deberá iniciar este trámite presentando una oferta de empleo condicional (<i>Labor Condition Application</i>) en el <i>Department of Labor</i> (Departamento de Trabajo de los EEUU). Cuando le haya sido aprobada, el empleador podrá contactar con el <i>USCIS</i> (Oficina de inmigración americana) para solicitar una <i>Petition for a Nonimmigrant Worker</i> . Una vez otorgada, el trabajador deberá

	<p>materia que vayan a ser contratados por una empresa ubicada en los EEUU</p>		<p>solicitar el visado en el Consulado de los EEUU en Madrid. Nota: En el caso de todos los tipos de visado H puede existir un cupo límite anual de expediciones. Además se puede pedir un trámite urgente llamado The Premium Processing Service. Se recomienda averiguar si el cupo se ha llenado antes de iniciar los trámites.</p>
<p>H-2B</p>	<p>Para trabajos no comprendidos dentro del sector agrícola de naturaleza estacional.</p>	<p>1 año prorrogable a 3 años</p>	<p>El futuro empleador americano deberá iniciar este trámite presentando un certificado de empleo temporal (<i>Temporary Labor Certification</i>) confirmando la carencia de ciudadanos estadounidenses calificados para ese trabajo en el <i>Department of Labor</i> (Departamento de Trabajo de los EEUU). Cuando le haya sido aprobado, el empleador podrá contactar con el USCIS, en la jurisdicción donde se vaya a realizar el trabajo para solicitar una <i>Petition for a Nonimmigrant Worker</i>. Una vez otorgada, el trabajador deberá solicitar el visado en el Consulado de los EEUU en Madrid. Nota: En el caso de todos los tipos de visado H puede existir un cupo límite anual de expediciones. Además se puede pedir un trámite urgente llamado <i>The Premium Processing Service</i>. Se recomienda averiguar si el cupo se ha llenado antes de iniciar los trámites.</p>
			<p>La empresa interesada deberá invitar al becario (<i>Trainee</i>) y justificar exhaustivamente la formación. Además deberá solicitar la <i>Petition for Nonimmigrant Worker</i> en la oficina del USCIS, que tenga jurisdicción de</p>

 <p>H-3</p>	<p>Para asistir a un programa de formación, que no se ofrezca en el país de origen, excluyendo la educación médica o universitaria.</p>	<p>2 años</p>	<p>la zona donde esté localizada la empresa. Una vez otorgada, el becario deberá iniciar los trámites del visado en el Consulado de los EEUU en Madrid. Nota: en el caso de todos los tipos de visado H puede existir un cupo límite anual de expediciones. Además se puede pedir un trámite urgente llamado <i>The Premium Processing Service</i>. Se recomienda averiguar si el cupo se ha llenado antes de iniciar los trámites.</p>
<p>J-1</p>	<p>Para programas de intercambio profesional aprobados por el Departamento de Estado estadounidense (<i>Department of State</i>), incluyendo a expertos, académicos, estudiantes, becarios, residentes médicos y asistentes de investigación.</p>	<p>Depende del tipo de programa de intercambio. Algunos no son renovables.</p>	<p>La institución americana que invite al interesado a participar en su programa de intercambio, deberá facilitarle el certificado llamado <i>Certificate of Eligibility for Exchange Visitors J-1</i>. Con éste podrá iniciar el trámite del visado en el Consulado de los EEUU en Madrid. Nota: Está permitido trabajar, pero solo bajo las términos del programa de intercambio.</p>
<p>L-1A y L-1B</p>	<p>Para ejecutivos (L-1A) o aquellos empleados técnicos (L-1B) que vayan a ser transferidos a la sucursal estadounidense o vayan a establecerla para la compañía española para la que trabajan.</p>	<p>1 año con posibilidad de prórroga (para establecer el negocio), 3 años, prorrogables (para los técnicos)</p>	<p>El empleador contactará con el USCIS, en la jurisdicción donde se vaya a realizar el trabajo para solicitar una <i>Petition for a Nonimmigrant Worker</i>. Cuando le haya sido aprobada, el trabajador deberá solicitar el visado en el consulado de los EE UU en Madrid. Nota: Los trabajadores deben haber trabajado durante 1 año dentro de los últimos 3 años anteriores a la solicitud del visado. Posibilidad de peticiones individuales o abiertas.</p>

Los visados presentados en el cuadro anterior tienen carácter temporal. También existen visado permanentes, como son los EB-1, hasta el EB-5 y la tarjeta verde (*Green Card*). Para más información se ruega consultar la página web de la *US Citizenship & Immigration Services* (USCIS en sus siglas americanas) <http://www.uscis.gov> o la Embajada de los EEUU en Madrid, <http://spanish.madrid.usembassy.gov>. Además, para conocer los costes y tiempos de tramitación de los principales visados se puede consultar el Simulador de Costes de Establecimiento: <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/exportadores->

8.3 SALARIOS, JORNADA LABORAL

A través de la web del ICEX se pueden consultar los documentos sobre costes de establecimiento (Punto 7- Costes laborales): <http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/exportadores-habituales/informacion-de-mercados/simulador-costes-de-establecimiento/index.html>. Estos documentos se elaboran anualmente por las Oficinas Económicas y Comerciales. Dado el tamaño de Estados Unidos y las diferencias entre los Estados que lo componen, resulta difícil dar una visión general de los costes laborales medios del país. Por ello, se ha elaborado un documento para cada de las principales ciudades del país. Se pueden consultar los correspondientes a Chicago, Nueva York, Miami, Los Angeles y Washington DC.

La legislación laboral en los Estados Unidos comprende la normativa federal (de obligado cumplimiento en todos los Estados de la Unión) y la normativa estatal (con jurisdicción limitada al Estado que la promulga). En caso de conflicto, siempre prevalece la ley que favorece los intereses del trabajador. A continuación se ofrece un listado de leyes federales que regulan algunos aspectos del mercado laboral. No obstante, deberá tenerse muy presente que siempre deberán aplicarse conjuntamente con las leyes laborales del Estado donde se realice la contratación.

Repertorio Legislativo

LEY FEDERAL	ASPECTOS LABORALES REGULADOS
<i>Fair Labor Standards Act</i>	Horas extraordinarias, salario mínimo, empleo de menores, archivo de documentación laboral, igualdad en el trabajo y No-Discriminación
<i>Working Adjustment and Retraining Notification Act</i>	Notificación de despido en empresas de más de 100 trabajadores
<i>National Labor Relations Act (NLRA)</i>	Asociación sindical, negociación colectiva. Instituye el <i>National Labor Relations Board</i> (NLRB) para la mediación y resolución de conflictos laborales
<i>Labor Management Relations Act</i>	Limitaciones a la asociación sindical, a la huelga, a la negociación colectiva y a los poderes del NLRB
<i>Labor - Management Reporting and Disclosure Act</i>	Controles de estatutos sindicales, elecciones sindicales
<i>Family and Medical Act</i>	Permisos por maternidad, por enfermedad grave del empleado o de un familiar cercano al mismo

La principal característica de la legislación laboral estadounidense es su orientación a facilitar la productividad. La alta flexibilidad en la contratación, los bajos costes en el despido y la escasa o nula conflictividad laboral son elementos claves en este sistema.

En el segmento del personal poco cualificado (personas sin estudios, inmigrantes sin formación o en proceso de legalización, estudiantes, etc.), los salarios son bajos y la flexibilidad en la contratación es muy alta. Los trabajadores en este mercado suelen mostrar una escasa productividad y una baja identificación con la empresa. Un ejemplo ilustrativo de este mercado aparece sobre todo en algunos empleos del sector servicios donde la formación requerida es muy escasa (por ej. hostelería, restauración y personal de venta de las grandes cadenas estadounidenses).

El segmento de mano de obra cualificada (profesionales con diploma universitario, profesionales especializados, etc.), se caracteriza por unos salarios relativamente altos que, en los últimos años, han crecido a una tasa muy elevada, agrandando la

brecha respecto a los salarios de los menos cualificados.

Edad laboral

La edad mínima legal para poder trabajar es 14 años. El trabajo para menores de 16 años está limitado en horarios y condiciones y prohibido en la industria, minería y algunos otros sectores. El trabajo para menores entre 16 y 18 años no tiene limitaciones horarias si bien continúa prohibido en actividades que se consideren peligrosas. (*Fair Labor Standards Act of 1938, FLSA*).

Despido

En el sector privado el despido está prácticamente sin regular. Sólo en el caso de empresas con más de 100 empleados, y cuando se trata de despidos generalizados o del cierre de la planta, los despidos deben ser notificados con 60 días de antelación (*Working Adjustment and Retraining Notification Act*). En la práctica, el despido involuntario suele ser notificado con sólo dos semanas de antelación o bien indemnizarse con el salario correspondiente a dos semanas.

Salario mínimo

La legislación federal establece que el salario mínimo es de 7,25 dólares/hora (*Fair Labor Standards Act of 1938, FLSA*). Los Estados pueden aprobar legislación exigiendo un salario mínimo superior. Se puede consultar el salario mínimo de cada Estado en el siguiente vínculo del US Department of Labor: <http://www.dol.gov/whd/minwage/america.htm>.

Horas extraordinarias

La jornada semanal estadounidense es de 40 horas semanales. Las horas de trabajo en exceso a ese límite son consideradas como horas extraordinarias y suelen ser remuneradas a un 150% del salario por hora normal. (*Fair Labor Standards Act of 1938, FLSA*)

Vacaciones

Aunque la ley no impone la existencia de vacaciones, éstas son una costumbre muy arraigada. En general, las empresas suelen ofrecer unas 2 semanas (10 días) de vacaciones anuales durante los primeros tres años de pertenencia a la empresa, a partir de los cuales, tiende a ofrecerse períodos vacacionales algo más largos.

Permisos de maternidad o por enfermedad

La ley estadounidense garantiza la concesión de permisos de maternidad. Estos suelen comprender entre 2 y 4 semanas. El empresario debe permitir el reintegro en la plantilla del trabajador a la finalización del permiso pero no tiene la obligación de remunerar los días de baja debidos al mismo. Con un carácter similar son concedidos los permisos en el supuesto de enfermedad grave del empleado o de familiares cercanos al mismo (*Family and Medical Leave Act, FMLA*).

En resumen, la mayoría de los siguientes aspectos y prácticas laborales no están regulados y son temas a negociar y acordar entre empresario y trabajador y/o en convenio colectivo:

1. Prácticas como el pago de vacaciones y festivos, la indemnización por despido o incapacidad laboral transitoria.
2. Los tiempos para comer, de descanso, vacaciones o festivos.
3. Los extras por trabajo dominical o en festivo.

4. Los avisos de despidos, las razones del mismo o el pago inmediato de los salarios finales.

8.4 RELACIONES COLECTIVAS; SINDICATOS; HUELGA

A diferencia de otros países, en general, la sindicación en EEUU es voluntaria y relativamente baja (13% de los trabajadores) concentrándose principalmente en las grandes industrias manufactureras, mineras y de transporte (por ejemplo, el acero, el carbón, la industria del automóvil, transporte, etc.). En comparación con los estándares europeos, la legislación estadounidense, limita notablemente el margen de maniobra de los sindicatos para la promoción de la afiliación o la adopción de medidas de coacción contra la empresa. En general, el movimiento sindical en Estados Unidos goza de un prestigio social y una capacidad de presión política netamente inferior al europeo (National Labor Relations Act (NLRA) de 1935 ó "Wagner Act", Labor Management Relations Act de 1947 (LMRA) o "Taft-Harley Act", Labor-Management Reporting and Disclosure Act de 1959 (LMRDA)).

8.5 SEGURIDAD SOCIAL

La Seguridad Social de Estados Unidos no cubre las mismas prestaciones que la Seguridad Social española. Su cobertura es bastante más reducida y se aplica principalmente al programa federal de pensiones y desempleo.

El porcentaje a pagar a la Seguridad Social en 2015 es de 6,2% para el empleado y el empleador (12,4% los empleados por cuenta propia). El programa OASDI (Social Security's Old-Age, Survivors, and Disability Insurance) limita la cantidad de salario anual sometida a cotizaciones a la Seguridad Social. Este límite aumenta anualmente en base a la media salarial anual. En el 2015: \$118.500. <http://www.socialsecurity.gov/OACT/COLA/cbb.html>

Toda empresa con empleados está sujeta a las leyes que establecen la exigencia de la retención de las cotizaciones a la Seguridad Social y de los impuestos estatales y federales que gravan el salario. La empresa es asimismo responsable del pago a las correspondientes agencias federales o estatales del seguro de desempleo y del seguro de accidente e invalidez. Desde el 1 de marzo de 1996, todos los empresarios han de comunicar al "Tax Department" una serie de datos que permitan identificar a cada nuevo empleado. Los impuestos habituales relacionados con el salario comprenden:

Impuesto federal sobre las pensiones y beneficios de la vejez (*Federal Old Age Benefits Tax*) Impuesto federal sobre seguro de desempleo (*Federal Unemployment Insurance Tax*) Impuesto estatal sobre seguro de desempleo (*State Unemployment Insurance Tax*)

Estos gastos suponen en conjunto para la empresa entre un 13 % y un 25% de los pagos por sueldos o salarios.

El 22 de marzo de 2010, la Cámara de Representantes aprobó una reforma sanitaria, que amplía la cobertura sanitaria a 32 millones de personas que carecían de ella. Sin embargo, alrededor de 15 millones de personas permanecerán sin seguro, la mayoría de ellos inmigrantes indocumentados.

9 INFORMACIÓN PRÁCTICA

Organizaciones comerciales y económicas.

Cámara de Comercio Española:

Nueva York

Cámara de Comercio España-EE.UU. / Spain-US Chamber of Commerce

80 Broad Street, Suite 2103, New York, NY. 10004

Tel. (212) 967-2170 - Fax (212) 564-1415

Página Web: www.spainuscc.org

E-mail: info@spainuscc.org

Miami

Cámara de Comercio España-EE.UU. / Spain-US Chamber of Commerce

1221 Brickell Ave., Suite 1540 Miami, FL. 33131

Tel: (305) 358 5988 - Fax: (305) 358-6844

Web: www.spainuschamber.com

E-mail: info@spainchamber.org

Cámara Oficial Española de Comercio en Puerto Rico

Condominio Altamira Center, Oficina 205

Calle Perseo #501, 00902-0894

San Juan de Puerto Rico - Puerto Rico

Tel: +1 (787) 793 3088/273 1579 - Fax: +1 (787) 273-1576

Web: www.camaraespanolapr.com

E-mail: info@camaraespanolapr.com

Otras organizaciones comerciales y económicas.

American Association of Exporters and Importers (AAEI)	Chamber of Commerce of the USA
1717 K Street, NW – Suite 1120 Washington, DC 20006 Tel. (202) 857-8009 Fax. (202) 857-7843 www.aaei.org	1615 H Street, NW Washington, DC 20062-2000 Tel. (202) 659-6000 (800) 638-6582 www.uschamber.com
Consumer Federation of America	Peterson Institute for International Economics
1620 I Street, NW – Suite 200 Washington, DC 20006 Tel. (202) 387-6121 www.consumerfed.org	1750 Massachusetts Ave, NW Washington, DC 20036-1903 Tel. (202) 328-9000 www.iie.com
National Association of Manufacturers	National Foreign Trade Council
733 10th Street, NW - Suite 700 Washington, DC 20004-1790 Tel. (202) 637-3000 www.nam.org	1625 K St, NW – Suite 1090 Washington, DC 20006 Tel. (202) 887-0278 www.nftc.org
Transatlantic Business Council	National Association of Foreign-Trade Zones
919 18th Street NW, Suite 220 Washington, DC 20006 USA Phone: (202) 828 9104 Fax: (202) 828 9106 www.transatlanticbusiness.org	1001 Connecticut Ave, NW – Suite 350 Washington, DC 20036 Tel. (202) 331-1950 Fax (202) 331-1994 www.naftz.org
International Franchise Association	
1900 K Street, NW – Suite 700 Washington, DC 20006 Tel. (202) 628-8000 Fax. (202) 628-0812 www.franchise.org	

9.1 COSTES DE ESTABLECIMIENTO

Las Oficinas Económicas y Comerciales elaboran anualmente un documento sobre costes de establecimiento en base al cual se ha creado una aplicación interactiva con los costes societarios, fiscales, laborales, inmobiliarios o de suministros para establecerse en cada mercado. Los datos están disponibles en euros, dólares o

moneda local del país. En el caso de Estados Unidos, debido a su tamaño y a las enormes diferencias entre los Estados que lo componen, resulta inadecuado tratar de ofrecer una visión general de los costes medios laborales del país. Por ello, se ha realizado un documento para cada una de las principales ciudades.

En la página web del ICEX se pueden consultar los correspondientes a Chicago, Los Angeles, Miami, Nueva York y Washington, DC:

<http://www.icex.es/icex/es/navegacion-principal/exportadores-habituales/informacion-de-mercados/simulador-costes-de-establecimiento/index.html>

9.2 INFORMACIÓN GENERAL

9.2.1 FORMALIDADES DE ENTRADA Y SALIDA

Entrada

Aquellas personas con pasaporte español que visitan Estados Unidos en viaje de negocios o por motivos turísticos -sin opción a ejercer un trabajo remunerado en este país- para una estancia inferior a 90 días, no precisan de ningún visado, siendo suficiente viajar con un pasaporte biométrico en vigencia y tener pasaje de regreso. Pero, desde 2009 es imprescindible tramitar on-line una autorización de viaje (denominado ESTA) para los viajeros de los países exentos de visado, entre los que se encuentra España, (<https://esta.cbp.dhs.gov>).

Cualquier persona que quiera trabajar o quedarse más de tres meses en los EEUU necesita un visado. Los Consulados norteamericanos son los lugares apropiados para obtener la información y los correspondientes visados y permisos de entrada en los EEUU. Se recomiendan también los servicios de un abogado familiarizado con el tema de inmigración.

Al entrar en Estados Unidos, ya no se requiere rellenar el formulario I-94 y conservarlo hasta la salida del país, puesto que esta información se recopila de forma electrónica en el historial del pasajero. El pasajero podrá acceder a este documento si han obtenido su número de identificación del Departamento de Homeland Security:

<https://i94.cbp.dhs.gov/I94/consent.html;jsessionid=ppyYVJ8L7SJyhy1JygPldnWD11G201676962991>

<http://www.cbp.gov/travel/international-visitors/i-94-instructions>

EMBAJADA DE LOS ESTADOS UNIDOS EN MADRID

C/ Serrano, 75 - 28006 Madrid, España

Tel: 91 587 2200 - Fax: 91 587 2303

Web: <http://madrid.usembassy.gov/>

Adicionalmente, existen oficinas consulares en Barcelona, Palma de Mallorca, Valencia, Sevilla, Fuengirola (Málaga), La Coruña y Las Palmas. Se pueden consultar los datos de contacto en <http://madrid.usembassy.gov/citizen-services/offices.html> .

Los servicios consulares de la Embajada de Estados Unidos en España y el servicio de Inmigración de EEUU, ofrecen información de utilidad en

<http://madrid.usembassy.gov/citizen-services/information-for-travelers.html>

<http://travel.state.gov/index.html>

La introducción de plantas, flores, semillas, frutas, verduras y animales (con la

excepción de animales domésticos que deben venir acompañados de certificados veterinarios), así como los productos alimenticios en general, están sujetos a prohibiciones o restricciones muy severas por lo que se recomienda consultar a los Consulados o Embajadas previo al viaje. Se recomienda abstenerse de transportar alimentos al país.

Cualquier cifra en metálico superior a los 10.000 dólares debe ser declarada a la entrada en el país y la introducción de armas de fuego sólo podrá hacerse mediante permiso, que debe ser obtenido previamente, y está sujeta a ciertas restricciones.

Salida

No hay ninguna formalidad que cumplimentar más que la presentación de un pasaporte válido. No se requiere el pago de ninguna tasa de entrada o salida al viajero; las tasas que existen las cobra la compañía aérea al emitir el billete de avión. Es preciso declarar el efectivo que supere la cantidad de 10.000 dólares.

9.2.2 HORA LOCAL, VACACIONES Y DÍAS FESTIVOS

Las franjas horarias

Los Estados Unidos continentales se dividen en cuatro franjas horarias: Este, Central, Montaña y Pacífico (y dos más si se consideran Alaska y Hawaii). Como referencia se indica que los Estados del Este tienen una diferencia horaria de 6 horas con España y los estados del oeste 9 horas.

Días festivos

Los que observa el gobierno se detallan a continuación. Aquellos que son de aplicación al calendario laboral estadounidense que son bastantes menos, están designados con el símbolo (*).

- 1 de enero, Año Nuevo (*)
- Tercer lunes de enero, Día de Martin Luther King
- Tercer lunes de febrero, Día de los Presidentes
- Último lunes de mayo, (Memorial Day) Día de los Caídos (*)
- 4 de julio, Día de la Independencia (*)
- Primer lunes de septiembre, Día del Trabajo (*)
- Segundo lunes de octubre, Día de la Hispanidad o Columbus Day
- 11 de noviembre, Día de los Veteranos de Guerra
- Cuarto jueves de noviembre, Día de Acción de Gracias (Thanksgiving) (*)
- 25 de diciembre, Navidad (*)

9.2.3 HORARIOS LABORALES

Normalmente, los empleados comerciales y del Gobierno trabajan ocho horas al día de lunes a viernes. Las horas laborales suelen empezar y terminar entre las 8:00 de la mañana y las 6:00 de la tarde. El horario bancario también varía. La mayoría de los bancos abren entre las 9:00 de la mañana y las 4:00 de la tarde, de lunes a viernes. En las ciudades los bancos tienen horarios más amplios, incluyendo algunas tardes entre semana y sábados por la mañana.

Los supermercados, grandes almacenes y/o superficies comerciales más grandes suelen abrir a las 10:00 de la mañana y cerrar a las 9:00 de la noche, de lunes a domingo, aunque algunos están abiertos las 24 horas del día.

9.2.4 COMUNICACIONES Y CONEXIONES CON ESPAÑA

Telecomunicaciones

Los servicios de telefonía fija y transmisión de documentos son excelentes,

ofreciendo una buena calidad a tarifas reducidas. Respecto de la telefonía móvil, la cobertura es de peor calidad debido a la extensión del país y además los precios son altos (se cobran tanto las llamadas entrantes como las salientes). Existen no obstante numerosos planes más económicos de tarifa plana. Estas diferencias se deben principalmente a que la regulación no establece un marco que incentive la utilización común de infraestructuras de red. Se pueden usar los teléfonos móviles españoles siempre que sean tribanda o superior.

El coste de una llamada desde un fijo de EEUU a un fijo español se sitúa en torno a los 0,10 USD/minutos si se dispone de alguno de los planes de llamadas que ofrecen las compañías americanas y de 1,77 a 2,77 USD/minuto si no se dispone de ningún plan.

(<http://www.fcc.gov/guides/international-long-distance-calling-made-simple-tip-sheet>)

Por otro lado, el uso de Internet está muy generalizado. El comercio electrónico ha aumentado su importancia de manera considerable en los últimos años. Numerosos comercios y sitios públicos ofrecen conexión wifi para acceder a Internet.

Comunicaciones por vía aérea

Con más de 19.000 aeropuertos (5.000 de los cuales son públicos y 900 abiertos al tráfico comercial), Estados Unidos dispone de unas extraordinarias comunicaciones aéreas. El transporte aéreo apenas representa el 1% del total por peso, si bien la mercancía transportada suele ser de alto valor en comparación a la transportada por otros medios. Los servicios para el pasajero en los aeropuertos estadounidenses son muy completos.

Principales aeropuertos con conexión a España

Aeropuerto	Código	Sitio Web
Vuelos Directos		
Nueva York – John F. Kennedy	JFK	www.panynj.gov
Nueva York - Newark	EWR	www.panynj.gov
Filadelfia	PHL	www.phl.org
Atlanta	ATL	www.atlanta-airport.com
Miami	MIA	www.miami-airport.com
Chicago – O’Hare	ORD	www.ohare.com
Charlotte (North Carolina)	CLT	www.charmeck.org
Boston	BOS	www.massport.com
Los Angeles	LAX	www.los-angeles-aeropuerto-lax.com
Dallas/Fort Worth	DFW	www.dfwairport.com
*Washington, DC – Dulles (Int) (en verano)	IAD	www.metwashairports.com
Vuelos con escala en EEUU		
Chicago – Midway	MDW	www.chicago-mdw.com
Nueva York – La Guardia	LGA	www.panynj.gov
Washington, DC – Reagan (Nacional)	DCA	www.metwashairports.com
Baltimore (Washington, DC)	BWI	www.bwairport.com
Etc.

Fuentes: American Association of Port Authorities: www.aapa-ports.org y Airport Council International North America: www.aci-na.org

Seguridad en los aeropuertos

Tras los atentados del 11 de septiembre aumentaron las medidas de seguridad exigidas en los aeropuertos estadounidenses, lo que conlleva demoras en los controles previos a los viajes y requerimientos adicionales a cumplir por los pasajeros. Para los vuelos internacionales se aconseja estar en el aeropuerto entre dos y dos y media horas antes de la salida del vuelo.

Cuando el viaje de España a Estados Unidos tiene escala en un aeropuerto estadounidense, el tiempo medio de paso por aduanas puede superar una hora y media, con el consiguiente peligro de pérdida de la siguiente conexión aérea hacia el destino final. Una manera de evitar este problema es realizando dicha conexión en un aeropuerto europeo.

Otro inconveniente adicional, es la exigencia de facturar las maletas abiertas (sin recubrir de plásticos y sin candados) debido a que los agentes de seguridad de la Transport Security Administration (TSA) revisan manualmente el contenido de muchas de ellas y fuerzan los candados. En los comercios norteamericanos se pueden comprar candados autorizados por la TSA que impiden que al abrir la bolsa o maleta las autoridades los rompan.

Asimismo, en el equipaje de mano sólo se permite llevar líquidos, geles y aerosoles inferiores a 90 ml (3 onzas) y deben pasarse por el control de seguridad en una bolsa transparente autosellable.

Los artículos prohibidos y permitidos se pueden consultar en:

<http://www.tsa.gov/travelers/airtravel/prohibited/permitted-prohibited-items.shtm>

Aerolíneas que ofrecen conexión España-EE.UU.

Aerolínea	Rutas	Sitio Web
 Iberia	Nueva York – Madrid / Barcelona Miami – Madrid / Barcelona Chicago – Madrid Boston – Madrid Puerto Rico – Madrid Los Ángeles – Madrid Filadelfia – Barcelona	www.iberia.com
United Airlines	Nueva York – Madrid / Barcelona Washington – Madrid	www.united.com
US Airways	Filadelfia – Madrid / Barcelona Nueva York - Barcelona Charlotte – Madrid / Barcelona Miami – Madrid	www.usairways.com
Delta	Atlanta – Madrid / Barcelona Nueva York - Madrid / Barcelona	www.delta.com
American Airlines	Miami – Madrid / Barcelona Dallas Fort Worth - Madrid Nueva York – Madrid / Barcelona Filadelfia – Barcelona / Madrid Chicago – Madrid Charlotte – Madrid / Barcelona	www.aa.com
British Airways	Nueva York – Madrid Filadelfia – Barcelona / Madrid	www.britishairways.com
Finnair	Nueva York – Madrid / Barcelona Miami – Barcelona / Madrid Filadelfia – Barcelona / Madrid Boston – Madrid Chicago – Madrid Los Angeles – Madrid Charlotte – Madrid / Barcelona	www.finnair.com
KLM	Nueva York – Madrid / Málaga	www.klm.com
Air France	Nueva York – Madrid / Barcelona / Málaga	www.airfrance.com
Air Europa	Nueva York – Madrid / Málaga Miami – Madrid	www.aireuropa.com
Lufthansa	Nueva York – Madrid / Barcelona Washington – Madrid	www.lufthansa.com

Además hay varios puentes aéreos que conectan las grandes ciudades que están relativamente cerca como: Washington/ Nueva York; Nueva York/ Boston; Los Ángeles/ San Francisco, etc.

Las compañías aéreas europeas como British Airways, Air France, KLM, etc., ofrecen diferentes posibilidades de transporte entre España y los EE.UU. mediante conexión en las diferentes capitales europeas.

En cuanto a la carga aérea, las principales empresas de carga con servicios a España son: FEDEX, UPS y DHL. Las compañías con vuelo regular a España también admiten carga aérea aunque en cantidades limitadas.

9.2.5 MONEDA Y TIPO DE CAMBIO

Moneda y tipo de cambio

La moneda de los Estados Unidos es el dólar. El nombre del dólar estadounidense proviene del nombre del dólar español, circulado ampliamente en los Estados Unidos durante la Guerra de la Independencia. Asimismo, el símbolo "\$" del dólar parece tener también origen español, resultado de la evolución de la abreviatura española Ps, que abreviaba Pesos, Piastras o Piezas de a ocho. Un dólar está dividido en 100 centavos. Las monedas se usan para las fracciones de dólar con denominaciones de 1 centavo (*penny*), 5 centavos (*nickel*), 10 centavos (*dime*) y 25 centavos (*quarter*). Los billetes de curso legal, son de 1, 5, 10, 20, 50 y 100 dólares.

El uso de tarjetas de crédito y débito está ampliamente extendido hasta en pequeñas compras. Es aconsejable que los visitantes posean una de las principales tarjetas de crédito internacionalmente admitidas: "American Express", "MasterCard", "Visa", etc. En algunos establecimientos no aceptan tarjetas de crédito europeas. Los cheques de viajero son otro instrumento de pago comúnmente aceptado, pero en fuerte declive.

También está extraordinariamente extendido el uso de cheques bancarios (de bancos en EE.UU.) para la adquisición y pago de bienes y servicios dentro del área de residencia que coincide con el de operación del banco. La domiciliación bancaria de recibos está poco extendida, lo cual resulta bastante incómodo. Los recibos de servicios como electricidad, tarjetas de crédito y teléfono se pagan mensualmente normalmente por cheque, el cual se remite por correo, o bien utilizando la tarjeta de crédito para hacer pagos a través de Internet. Es conveniente revisar cuidadosamente las facturas de todo tipo pues los errores son bastante frecuentes.

El tipo de cambio puede variar considerablemente. El régimen de cambios es totalmente libre. El tipo de cambio medio euro/dólar de 2011 fue de 1,3917, en 2012 de 1,2856, en 2013 de 1,3282 y en 2014 de 1,3289. En julio 2015 el tipo de cambio medio fue 1,0997.

9.2.6 LENGUA OFICIAL Y RELIGIÓN

Lengua oficial y religión

La lengua oficial en los Estados Unidos es el inglés. El español, pese a no ser oficial, es hablado por cerca de cincuenta millones de hispanos (15% de la población total) y es además el idioma más estudiado (un 60% de los estudiantes del país lo eligen como lengua extranjera). Se pueden realizar muchas transacciones de servicios en español (teléfono, agua, cable, banca) así como gestiones con la administración.

De los estudios realizados por el *U.S. Census Bureau* se concluye que en Estados Unidos cada vez se habla más español siendo Texas, California y Nuevo México los primeros Estados, con un porcentaje próximo al 30%.

La religión en los Estados Unidos tiene un papel muy significativo. Según un estudio realizado por el *Pew Global Attitudes Project*, Estados Unidos es, junto con Irlanda, uno de los países desarrollados donde los ciudadanos dan más importancia a la religión. Así el 41% de los estadounidenses dice asistir con periodicidad a algún tipo de servicio religioso, un porcentaje bastante alto si lo comparamos con el 15% francés o el 7% inglés.

La religión juega también un papel importante en la política del país. Los políticos suelen hablar de sus inclinaciones religiosas y muchas iglesias y figuras religiosas participan activamente en política. La iglesia cristiana evangélica domina en el partido republicano mientras que los demócratas tienden a acaparar el voto laico.

Todos los Presidentes del país han sido protestantes (excepto John F. Kennedy que fue católico).

En cuanto a la distribución de religiones, el 52% se declara protestante, 25% católico, 2% mormón, 1% judío, 1% musulmán y un 10% de otras religiones.

9.3 OTROS DATOS DE INTERÉS

9.3.1 CONDICIONES SANITARIAS

Las condiciones sanitarias son excelentes y no existen enfermedades endémicas.

A los niños se les exige, antes de entrar al colegio, vacunarse contra una serie de enfermedades que han sido erradicadas de España.

Los servicios médicos, hospitalarios y farmacéuticos están muy desarrollados y son generalmente buenos y extremadamente caros. Si se precisa medicación por enfermedad crónica o tratamiento prolongado es recomendable traerla desde España, ante el muy superior desembolso en Estados Unidos.

Cuando se busca cualquier tipo de asistencia médica en los Estados Unidos hay muy pocos servicios gratuitos y la mayoría de los centros son muy costosos. Por ello es necesario estar cubierto por un seguro médico. Sin embargo, los servicios de urgencias tienen obligación de ofrecer asistencia y existen numerosos hospitales locales o religiosos que atienden gratuitamente. Los servicios médicos cobran, por la misma prestación, mucho menos a los seguros que a las personas físicas.

Los siguientes enlaces pueden ayudarle a seleccionar un hospital:

- Departamento de Sanidad de los Estados Unidos: <http://www.hhs.gov/>
- Joint Commission on Accreditation of Health Care Organizations: entidad acreditadora de la calidad de los hospitales: <http://www.jointcommission.org/>
- Healthfinder: Presenta información de la Administración estadounidense y de otras organizaciones. <http://healthfinder.gov/>

Cuando requiera asistencia médica hay que concertar una cita previa por teléfono y tener a mano todos los datos correspondientes al seguro (incluyendo centros, servicios y cantidades cubiertas) antes de someterse a cualquier tratamiento o procedimiento médico. También es útil disponer de una lista de medicamentos a los que se sea alérgico para evitar su aplicación.

9.3.2 ALOJAMIENTO Y HOTELES

Todas las cadenas hoteleras ofrecen tarifas para empresas o "corporate rates", negociables previamente, que ofrecen importantes reducciones sobre los precios generales. A continuación se incluye un listado de las principales cadenas hoteleras, entre las que se encuentran las españolas Meliá y Barceló.

Listado de cadenas de hoteles en Estados Unidos

HOTEL	PAGINA WEB	EN EE.UU.
Best Western	www.bestwestern.com	1 800 780 7234
DoubleTree	www.doubletree.com	1 800 560 7753
Four Seasons	www.fourseasons.com	1 800 819 5053
Helmsley Hotels	www.helmsleyhotels.com	1 800 221 4982
Hilton	www.hilton.com	1 800 7741500
Holiday Inn	www.holidayinn.com	1 800 465 4329
Howard Johnson (HoJo)	www.hojo.com	1 800 446 4656
Inter-Continental	www.intercontinental.com	1 888 424 6835
Loews	www.loewshotels.com	1 800 563 9712
Marriott/Renaissance	www.marriott.com	1 888 236 2427
Omni	www.omnihotels.com	1 800 444 6664
Radisson	www.radisson.com	1 888 2011718
Ramada	www.ramada.com	1 800 272 6232
Ritz-Carlton	www.ritzcarlton.com	1 800 241 3333
Sheraton/Westin/W Hotels	www.starwood.com	1 888 625 5144
Sofitel	www.sofitel.com	1 800 763 4835
Hyatt	www.hyatt.com	1 888 591 1234
Barceló	www.barcelo.com	1 800 227 2356
Meliá	www.solmelia.com	1 888 956 3542

9.3.3 SISTEMA EDUCATIVO. COLEGIOS

La enseñanza obligatoria se inicia a los 6 años y se termina a los 18, que se dividen en: primaria (*elementary school*) cursos (*grades*) 1 a 5, intermedia (*middle school*) cursos 6 a 8 y bachillerato (*high school*) cursos 9 a 12. Los tres niveles se imparten en centros independientes. Los colegios públicos no aceptan niños hasta los 4 ó 5 años, lo que obliga a sufragar costosos gastos de guardería si se decide utilizar este servicio, que siempre será privado.

Las opciones son básicamente tres: a) colegio público (mixto), b) colegio privado (mixto, o separados), y c) colegio privado internacional (mixtos).

A continuación se proporciona información relativa al área metropolitana de Washington.

a) Colegios públicos: Algunos gozan de reconocido prestigio y aparecen en las primeras posiciones del ranking de los mejores colegios de los EE.UU. Los mejores están situados en las zonas residenciales de mayor nivel: Bethesda, Chevy Chase, Potomac, o McLean, principalmente. Los del Distrito generalmente no tienen muy buena fama, aunque hay excepciones. La asistencia, los libros y el transporte en autobús son gratuitos.

Si el niño es buen estudiante, el colegio público puede ser la mejor opción. El currículo oficial exige que los alumnos realicen determinadas asignaturas, pero otras son de libre elección existiendo una gran variedad de opciones. En High School existen además varios niveles de exigencia dentro de una misma asignatura, siendo el nivel más básico el "*regular*", seguido de "*honor programs*" pensado para aquellos alumnos que tienen más facilidad y destreza con una asignatura y el nivel "AP" para los alumnos más avanzados. Si un alumno cursa la mayor parte de las asignaturas en los denominados "*honor programs*", la formación puede considerarse comparable a la media de un colegio americano privado.

Si el estudiante tiene un nivel de inglés aceptable y alta capacidad de estudio, es conveniente negociar con el colegio para que el alumno sea ubicado, en las asignaturas clave, dentro de su curso, en "*honor programs*".

Los colegios públicos de la zona cuentan con un sistema de aprendizaje de inglés para extranjeros que denominan ESOL, gracias al cual los niños aprenden

rápidamente y de forma eficaz el inglés sin que el estudio de otras asignaturas se resienta demasiado.

En caso de que el alumno tenga dificultades con alguna asignatura, o quiera avanzar más rápido, existe la posibilidad de asistir a cursos de verano que permiten avanzar en seis semanas el equivalente a un curso completo. También en ocasiones, según casos y circunstancias, y con previa aprobación del colegio, es posible acelerar el aprendizaje, de forma que un alumno, por ejemplo, curse tres años en dos, o cuatro en tres.

Para los alumnos que a su vuelta en España tengan que superar la prueba de selectividad española, es preciso el apoyo de profesorado particular para completar los conocimientos recibidos en los dos últimos cursos del High School, ya que el currículum americano y el español son muy diferentes. La Consejería de Educación en la Embajada ofrece información, pero las clases deben gestionarse de forma privada, y no suele haber demasiadas alternativas ni opciones. Lo que sí ofrece la Consejería de Educación es un programa de español llamado ALCE, para que, especialmente los más pequeños, mantengan el contacto con la cultura española, y no pierdan el dominio del español. Las clases del programa ALCE son impartidas gratuitamente por profesores españoles y pueden ser recomendables especialmente para niños entre 6 y 13 años.

Los problemas disciplinarios (tabaco, alcohol, drogas) en los colegios públicos reconocidos no son mayores que los que se registran en los colegios privados. Una excepción sería Washington DC donde los problemas disciplinarios sí son mayores y el ambiente escolar es peor.

b) Colegios privados: La gama es muy amplia así como los precios, que oscilan entre 5.000-15.000 dólares/año para colegios parroquiales católicos en los que solo se cursa hasta 8º grado, hasta los 30.000 dólares/año para los de prestigio más reconocido y que incluyen también bachillerato o solo ofrecen bachillerato. Ejemplos de estos últimos son: Landon (chicos), St. Albans (Episcopal, chicos), Cathedral (Episcopal, chicas), Georgetown Prep (Jesuitas, chicos), Visitation (católico, chicas), Holy Child (católico, chicas), Stone Ridge (católico, chicas), Holtom Arms (chicas). Existe también una amplia gama de colegios de educación secundaria mixta, entre los que cabe citar: Sidwell Friends y Bullis. La mayor parte de los colegios citados está en Maryland y algunos como Visitation, St. Albans, Cathedral y Sidwell Friends están en el Distrito.

La Administración española no compensa ningún gasto en educación en estos colegios.

c) Colegios privados internacionales: En Maryland cabe citar el Liceo Francés (Bethesda), el Colegio Alemán (Potomac), y en el Distrito el Washington International School. Los precios oscilan entre 9.000 y 14.000 dólares/año. En los tres casos se pueden percibir las ayudas previstas en la legislación española.

Un aspecto ya citado pero que conviene resaltar es que cuando los chicos llegan de España lo normal es que no tengan dominio del inglés. El dominio del inglés se adquiere en poco tiempo gracias al programa ESOL y la inmersión en el inglés. Sin embargo, los colegios, especialmente en High School, tienden a considerar que el no dominio del inglés es crítico para otras materias, y tienden a colocar a los estudiantes en los niveles más bajos ("regular") de casi todas las asignaturas, donde los progresos parecen ficticiamente más rápidos por conseguirse mejores notas, pero donde el aprendizaje es limitado y puede afectar al futuro desarrollo educativo, algo que debe valorarse.

Para aquellos alumnos que contemplen la opción de estudiar en una universidad americana, deben tener en cuenta lo anteriormente mencionado. El colegio en el que se estudia el bachillerato, el nivel de dificultad de las asignaturas cursadas y las calificaciones obtenidas son aspectos que las universidades norteamericanas

examinan y tienen muy en cuenta a la hora de admitir a los alumnos. Un alumno que haya cursado una asignatura de "honor program" o AP tendrá más opciones que uno que haya cursado asignaturas con nivel "regular". Incluso muchas asignaturas AP son reconocidas por las universidades como créditos universitarios, lo que alivia la carga de estudio y económica a la hora de acceder a la universidad.

Para aquellos que vengan de España a estudiar en la Universidad deberán acreditar un buen nivel de inglés pasando un examen (TOFL) y deberán presentar sus solicitudes de admisión con bastante antelación, mejor a principio de año, lo cual puede ser un problema si el primer año de incorporación del funcionario coincide con el primer año de universidad de algún hijo. Los procesos de admisión generales suelen iniciarse incluso un año antes de que el alumno vaya a empezar sus estudios (se debe consultar con la Universidad para ver si existen otras posibilidades). Para aquellos alumnos que finalicen los estudios de High School en EE.UU. generalmente no será necesario que acrediten el nivel de inglés (depende de las universidades) pero deberán pasar un examen (SAT o ACT según las universidades) que no es complicado y que generalmente se realiza un año antes de acabar el bachillerato o seis meses como muy tarde antes de que el alumno finalice el último curso de High School.

En EE.UU. hay numerosas universidades públicas y privadas. Los precios oscilan mucho según se trate de una universidad pública o privada. Resulta además mucho más económico acudir a una universidad ubicada en el mismo estado donde se reside, ya que en caso contrario el precio puede elevarse un 30% o más.

A modo de orientación, una Universidad pública puede costar unos 10.000 dólares por curso si se reside en el mismo estado donde se ubica la universidad. El coste de una universidad media-alta está en torno a los 25.000 a 35.000 dólares/año académico, a lo que hay que añadir alrededor de 15.000 dólares/año para alojamiento y manutención. Un buen número de americanos optan por que sus hijos estudien fuera del lugar de residencia de los padres. Es una cuestión cultural, ya que los jóvenes se independizan mucho antes que en España.

Existe además la alternativa del College, en el que el estudiante puede estudiar dos cursos y luego pedir traslado (*transfer*) a una Universidad. La ventaja del College es que es algo más económico que la Universidad. Solo hay que asegurarse de escoger un College y unos estudios que sean totalmente reconocidos por la Universidad a la que se desea solicitar el traslado. Dentro de los Colleges existe una variedad que se conoce como Community Colleges que ofrecen cursos dirigidos generalmente a las personas que viven en el mismo Condado donde está ubicado el College. Ofrecen a un precio económico, una amplia variedad de cursos, algunos de ellos no dirigidos a la obtención de un título universitario, pero que pueden resultar de interés para aquellos jóvenes o familiares que no tengan intención de pasar un largo periodo de tiempo en EE.UU. Es una buena forma de adquirir conocimientos y mejorar el inglés. Los *colleges* ofrecen una amplia y exhaustiva información en sus páginas webs.

9.3.4 CORRIENTE ELÉCTRICA

La corriente eléctrica de 110/120 voltios es diferente a la existente en España que es de 220. También la frecuencia es distinta: en EE.UU. es de 60 hercios mientras que en Europa es de 50. Por consiguiente, es necesario un transformador y un adaptador para el enchufe de clavija americana, que se puede adquirir en algunos establecimientos o, mucho más barato, en Amazon. A menudo, es preferible adquirir en el país los pequeños electrodomésticos, para evitar el transformador.

9.4 DIRECCIONES ÚTILES

Representaciones oficiales en España

Embajada de los Estados Unidos

Serrano, 75 28006 -Madrid

Tel: 91 577-4000 Fax: 91 577-5735

Página Internet: <http://madrid.usembassy.gov/>

Consejería Comercial de la Embajada de EEUU: <http://www.export.gov/spain/>

Oficinas consulares: Barcelona, A Coruña, Valencia, Sevilla, Fuengirola (Málaga), Palma de Mallorca y Las Palmas: <http://madrid.usembassy.gov/citizen-services/offices.html>

Enterprise Florida (Oficina de Desarrollo del Estado de Florida)

Director: Gonzalo Arance

Conde de Aranda, 13 - 28001 Madrid

Tel: 91-308-6511 Fax: 91-308-6624

Página Web: <http://www.enterpriseflorida.com>

Oficina Comercial de Puerto Rico en Europa

Directora: Marimar Lidin

C/ Serrano, 1 - 2º Izq. 28001 Madrid

T. 91 431 21 28 F. 91 577 52 60

E-mail: marimar.lidin@tourism.pr.gov

Página web: <http://www.comercioyexportacion.com/>

Otras

Cámara de Comercio de Estados Unidos en España

<http://www.amchamspain.com/contacto/>

Madrid - Palacio de Miraflores

Calle Felipe IV, 3, 28014 MADRID, SPAIN

Tel: (34) 917 37 4748

E-mail: amcham@amchamspain.com

Barcelona

Pl. Francesc Macià, 5 Piso 1º 1ª, 08006 BARCELONA, SPAIN

Tel: (34) 93 415 99 63

Fax: (34) 93 415 11 98

E-mail: amcham@amchamspain.com

Federación de Cámaras Oficiales Españolas de Comercio en América (FECECA)

C/ Dalia 377-3 28109 Alcobendas (Madrid)

Página web: www.fececa.com

Representaciones oficiales españolas en EE.UU.

Embajada y Consulado de España

Dirección: 2375 Pennsylvania Ave. N.W. Washington, DC 20037

Teléfonos: 452 01 00; (202) 728 23 40

Teléfonos (desde España): (1 202) 452 01 00; (1 202) 728 23 40

Telefax (desde España): (1 202) 833 56 70

Página web: <http://spainemb.org/>

Embajador: D. Ramón Gil-Casares Satrústegui

<http://www.exteriores.gob.es/Embajadas/WASHINGTON/es/Embajada/Paginas/Embajac>

Horario de oficina: 9:00 - 17:00 (se recomienda confirmar el horario de atención al público en los consulados, que puede variar respecto del horario general)

Oficina Económica y Comercial

Washington, D.C.

Oficina Económica y Comercial Embajada de España

2375 Pennsylvania Ave., N.W. Washington, D.C. 20037-1736

Telf.: (202)728.2368

Fax.: (202)466.7385

E-mail: washington@comercio.mineco.es

Consejero Económico y Comercial, Jefe: Sra. Dña. Elisa García Grande

Consejero Económico y Comercial: Sr. D. Gonzalo García Andrés

Consejero Comercial: Sra. Dña. Isabel Clavero Mañueco

Agregado Comercial: Sr. D. Gustavo Jaso Cortés

Jurisdicción: Distrito de Columbia, Maryland, Virginia, West Virginia, Carolina del Norte, Carolina del Sur y Delaware.

Actividades: Seguimiento de la economía norteamericana y las relaciones comerciales bilaterales, asistencia técnica a los exportadores españoles, seguimiento y difusión de la legislación federal, promoción de inversiones norteamericanas en España y españolas en Estados Unidos, relaciones con los organismos financieros multilaterales con sede en Washington y apoyo en su relación con ellas, participación y apoyo a actos de promoción comercial, relaciones comerciales EE.UU./UE y contenciosos económico comerciales, representación de España en las reuniones de coordinación con la Unión Europea en materias económicas y comerciales, seguimiento de la situación de los eventos políticos y de los centros de pensamiento.

Chicago

500 N. Michigan Avenue, Suite 1500 Chicago, Illinois 60611

Tel. (312) 644-1154

Fax. (312) 527-5531

E-mail: chicago@comercio.mineco.es

Consejera Económica y Comercial, Jefe: Sr. Dña. M^a Jesús Fernández García (Desde septiembre 2015, D. Javier Yraola Burgos)

Jurisdicción: Illinois, Dakota del Norte y del Sur, Michigan, Minnesota, Indiana, Kansas, Kentucky, Nebraska, Missouri, Wisconsin, Iowa y Ohio

Departamentos de Promoción Especializada: Bienes industriales: lubricantes; biotecnología; semimanufacturas papel y corcho; productos químicos (incluyendo materias primas/semimanufacturas plástico y caucho); productos siderúrgicos y fundición de otros metales; moldes y matrices; ferretería; envases y embalajes; material y aparellaje eléctrico; defensa/seguridad militar; seguridad industrial/comercial/colectividades/personal; vehículos (excepto bicicletas y motocicletas) y otros equipos de transporte; equipo de elevación/manipulación de materiales/cargas; equipo manipulación de fluidos; equipo médico-hospitalario/científico y técnico; suministros médicos, farmacia (incluidas ortopedias y prótesis); equipamiento de hostelería/colectividades; equipo comercial; línea marrón; maquinaria/bienes de equipo para todos los sectores; electrónica industrial y robótica; materias primas/productos básicos sin elaborar. Servicios: construcción/ingeniería; explotación recursos naturales; mantenimiento y reparación; seguridad; tecnología fabricación/I+D/control calidad; subcontratación industrial, gestión de infraestructuras.

Los Angeles

Avenue of the stars 1900, Suite 2430 Los Angeles, California 90067

Tel. (310) 277-5125

Fax. (310) 277-5126

E-mail: losangeles@comercio.mineco.es

Consejero Económico y Comercial, Jefe: Sr. D. Manuel L. Valle Muñoz

Agregado Comercial: Sra. Dña. Ana María Cuartero Nicolás

Jurisdicción: California, Washington, Utah, Oregón, Montana, Colorado, Idaho, Wyoming, Nevada, Hawái, Arizona, Nuevo Méjico y Alaska.

Departamentos de Promoción Especializada: Ocio: Máquinas recreativas; artículos deportivos (incluidas bicicletas y motocicletas); armas deportivas y municiones; instrumentos musicales; animales vivos, cría caballar. Ciertos Productos de Consumo: Cueros, pieles, marroquinería; hilados y tejidos sin confeccionar; artículos de puericultura; metales, joyería, bisutería, orfebrería y monedas; relojería; perfumería, cosmética, peluquería; higiene, limpieza y para-farmacia; papelería, escritorio y dibujo; material didáctico; juegos y juguetes; obras de arte/colección y antigüedades; productos audiovisuales para cinema y sus soportes; óptica de consumo; equipo funerario; maniqués, electrónica de consumo, productos informáticos de consumo. Servicios: comunicaciones; informática; del sector musical (excepto grabación /edición musical); audiovisuales para cinema. Bienes industriales: Energía y equipos para su generación (eólica, solar, bioenergía, etc.); combustibles

Miami

Gables International Plaza, 2655 Le Jeune Road, Suite1114

Coral Gables, Florida 33134

Tel (305) 446-4387

Fax (305) 446-2602

E-mail: miami@comercio.mineco.es

Consejero Económico y Comercial, Jefe: Sra. Dña. Inmaculada Gutiérrez Carrizo

Agregado Comercial: Sr. D. Luis Álvarez Ruiz

(Desde septiembre 2015: María Jesús de Gonzalo Gámir)

Jurisdicción: Florida, Luisiana, Oklahoma, Alabama, Tejas, Mississippi, Georgia, Arkansas y Tennessee.

Departamentos de Promoción Especializada: Hábitat/Azulejo, Piedra Natural y otros materiales de construcción. Muebles, iluminación, complementos de decoración, menaje de mesa y cocina, textiles del hogar sin confeccionar y confeccionados, electrodomésticos (excepto línea marrón), alfombras y moquetas, equipos municipales; servicios: arquitectura y diseño de interiores. Industrias Culturales Productos editoriales y promoción español, otras artes gráficas, productos discográficos y edición musical, productos audiovisuales grabados para TV, Tabaco y artículos de fumador, servicios: artes gráficas, discográficos y edición musical, servicios audiovisuales para TV. Servicios de licencias y derechos de comercialización.

Nueva York

Chrysler Building. 405 Lexington Avenue New York, N.Y.10174

Teléfono (212) 661-4959 Fax (212)972-2494

E-mail: nuevayork@comercio.mineco.es

Consejero Económico y Comercial, Jefe: Sr. D. Ángel Martín Acebes

(Desde septiembre 2015: Genaro González Palacios)

Consejero Económico y Comercial: Sr. D. Ana Esmeralda Martínez Sáez

Agregado Comercial: Sra. Dña. Susana Ketterer Rodríguez

Jurisdicción: Nueva York, Maine, Vermont, Nueva Jersey, New Hampshire, Massachusetts, Rhode Island, Connecticut y Pennsylvania.

Departamento de Inversiones y Departamentos de Promoción Especializada: Productos alimenticios, Vinos y otras bebidas alcohólicas, Moda y calzado, Confección cuero/pieles, confección para vestir; calzado y demás accesorios de vestir. Hábitat de diseño (muebles, iluminación y complementos).

Estado Libre Asociado de Puerto Rico

Edificio Capital Center Sur Avenida Arterial Hostos, Nr 239, Suite, 705

Hato Rey, Puerto Rico 00918

Puerto Rico Dirección Postal: Apartado193179 San Juan, Puerto Rico 00919-3179

Tel: (787) 758 6345

Fax: (787) 758 6948

E-mail: sanjuan@comercio.mineco.es

Consejero Económico y Comercial: Sr. D. Andrés Salinero Barbolla

Jurisdicción: Puerto Rico y Virgin Islands.

Otras direcciones útiles en EE.UU.

US Department of Commerce (DOC)	US Small Business Administration (SBA)S Small Business Administration (
Herbert Clark Hoover Building 1401 Constitution Ave, NW Washington, DC 20230 Tel. (202) 482-4883 www.commerce.gov	409 Third St, NW Washington, DC 20416 Tel. (800) 827-5722 www.sba.gov
Department of Justice	Bureau of Alcohol, Tobacco, Firearms and Explosives (ATF)
Robert F. Kennedy Building 950 Pennsylvania Ave, NW Washington, DC 20530-2000 Tel. (202) 514-2007 www.usdoj.gov	99 New York Avenue, NE, Room 5S 144 Washington, DC 20226 USA http://www.atf.gov
Department of Labor (Trabajo)	Food & Drug Administration (FDA)
200 Constitution Ave, NW Washington, DC 20210 Tel. (202) 693-4650 www.dol.gov	10903 New Hampshire Ave Silver Spring, MD 20993-0002 Tel. (888) 463-6332 www.fda.gov
Environmental Protection Agency	US Patent and Trademark Office
Ariel Rios Federal Building 1200 Pennsylvania Ave, NW Washington, DC 20460 Tel. (202) 272-0167 www.epa.gov	Madison West Building 600 Dulany St Alexandria, VA 22313-1450 Tel. (571) 272-1000 http://www.uspto.gov
Federal Communications Commission (FCC)	Federal Reserve System (Banco Central)

<p>445 12th St, NW Washington, DC 20554 Tel. (202) 418-0200 www.fcc.gov</p>	<p>20th St & Constitution Ave, NW Washington, DC 20551 Tel. (202) 452-3204 www.federalreserve.gov</p>
<p>Export-Import Bank of USA (Ex-Im Bank)</p>	<p>US Immigration & Customs Enforcement (Aduanas)</p>
<p>811 Vermont Ave, NW Washington, DC 20571-0002 Tel. (202) 565-3946800 www.exim.gov</p>	<p>International Affairs Office (Europa, África, Oriente Medio) North Capitol St, NW Washington, DC 20001 Tel. (202) 732-0350 www.ice.gov</p>
<p>Federal Trade Commission</p>	<p>Internal Revenue Service (Hacienda)</p>
<p>600 Pennsylvania & 6th St, NW Washington, DC 20580 Tel. (202) 326-2222 www.ftc.gov</p>	<p>1111 Constitution Ave, NW Washington, DC 20224-0002 Tel. (800) 829-1040 www.irs.gov</p>
<p>US Agency for International Development (USAID) (US Department of State)</p>	<p>US International Trade Commission (USITC)</p>
<p>Ronald Reagan Building Washington, DC 20523-1000 Tel. (202) 712-4810 www.usaid.gov</p>	<p>500 E St, SW Washington, DC 20436 Tel. (202) 205-1819 www.usitc.gov</p>
<p>US Copyright Office – Library of Congress</p>	
<p>101 Independence Ave, SE Washington, DC 20559-6000 Tel. (202) 707-3000 http://www.copyright.gov</p>	

10 ANEXOS

10.1 CUADRO DE DATOS BÁSICOS

CUADRO 1: DATOS BÁSICOS DEL PAÍS

DATOS BÁSICOS	
Superficie	9.826.675 km ²
Situación	Norteamérica. Limita al norte con Canadá, al este con el océano Atlántico, al sur con Méjico y al oeste con el océano Pacífico. El estado insular de Hawái se encuentra en el océano Pacífico.
Capital	Washington, D.C.
Principales ciudades	Nueva York, Los Angeles, Chicago, Dallas, Houston, Filadelfia, Washington DC, Miami, Atlanta, Boston, Sa Francisco, Phoenix
Clima	Predominio del clima de tipo continental en la zona atlántica y en el interior de país. El sudeste tiene un clima continental y húmedo, tropical en Florida, árido en las Rocosas y oceánico y mediterráneo en el sudoeste. Alaska presenta inviernos extremadamente fríos y veranos relativamente suaves. Hawái disfruta de un clima templado durante todo el año.
Población	322.449.557 (1 enero 2015. Estimada)
Densidad de población	33,3 hab/km ²
Crecimiento de la población	0,74%
Esperanza de vida	78,9
Grado de alfabetización	99%
Tasa bruta de natalidad (1/1000)	13,68
Tasa bruta de mortalidad (1/1000)	8,15
Idioma	Inglés. Español bastante extendido, sobre todo en las costas sureste y suroeste del país.
Religión	Protestantes (49,5%). Católicos (21,4%). Judíos (1,9%). Musulmanes (0,9%). Otras confesiones (3,5%). Agnósticos/Ateos (22,8%).
Moneda	Dólar estadounidense
Peso y medida	Sistema británico de pesos y medidas
Diferencia horaria con España	6 horas en la costa este, 9 horas en la costa oeste

Fuentes: US Census. Banco Mundial

Última actualización: agosto 2015

10.2 CUADRO DE PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS

CUADRO 2: PRINCIPALES INDICADORES MACROECONÓMICOS

PRINCIPALES INDICADORES ECONÓMICOS	2011	2012	2013	2014
PIB real (miles de millones USD, a precios constantes de 2009)	15.020,6	15.369,2	15.710,3	16.085,6
PIB (MM USD, a precios corrientes)	15.517,9	16.163,1	16.768,1	17.418,9
Tasa de variación real (%)	1,6	2,3	2,2	2,4

Tasa de variación nominal (%)	3,7	4,2	3,7	3,8
INFLACIÓN				
Media anual (%)	3,2	1,7	1,5	1,6
Fin de período (%)	3,0	2	1,7	0,8
TIPOS DE INTERÉS DE INTERVENCIÓN DEL BANCO CENTRAL				
Media anual (%)	0-0,25	0-0,25	0-0,25	0-0,25
Fin de período (%)	0-0,25	0-0,25	0-0,25	0-0,25
EMPLEO Y TASA DE PARO				
Población (x 1.000 habitantes)	309.349	315.217	317.292	320.087
Población activa (x 1.000 habitantes)	153.617	154.975	155.389	155.922
% Desempleo sobre población activa	8,9	8,1	7,4	6,2
DÉFICIT PÚBLICO				
% de PIB	-8,2	-6,8	-4,1	-2,8
DEUDA PÚBLICA				
en M USD	15.222.940	16.432.730	17.351.971	18.141.444
en % de PIB	99,5	101,7	101,8	102,4
EXPORTACIONES DE BIENES (BP)				
en M USD	1.499.240	1.561.689	1.592.784	1.635.090
% variación respecto a período anterior	16,2	4,2	2,0	2,7
IMPORTACIONES DE BIENES (BP)				
en M USD	2.239.886	2.303.785	2.294.453	2.371.929
% variación respecto a período anterior	15,5	2,9	-0,5	3,4
SALDO B. COMERCIAL				
en M USD	-740.646	-742.095	-701.669	-736.839
en % de PIB	4,93	4,83	4,47	4,23
SALDO B. CUENTA CORRIENTE				
en M USD	-459.344	-460.749	-400.254	-410.628
en % de PIB	-3,1	-3,0	-2,3	-2,3
DEUDA EXTERNA				
en M USD	15.047.656	15.929.968	16.487.771	16.487.771
en % de PIB	97,0	98,6	98,3	98,3
SERVICIO DE LA DEUDA EXTERNA				
en M USD	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
en % de exportaciones de b. y s.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
RESERVAS INTERNACIONALES				
en M USD	146.665	151.372	145.740	130.047
en meses de importación de b. y s.	n.d.	n.d.	n.d.	n.d.
TIPO DE CAMBIO FRENTE AL DÓLAR				

media anual	1,39	1,28	1,32	1,33
fin de período	1,32	1,29	1,37	1,23

Fuentes: Bureau of Economic Analysis, Bureau of Labor Statistics, Federal Reserve, Treasury Bulletin.

Última actualización: agosto 2015

10.3 INSTITUCIONES INTERNACIONALES Y ECONÓMICAS DE LAS QUE EL PAÍS ES MIEMBRO

CUADRO 3: ORGANIZACIONES INTERNACIONALES ECONÓMICAS Y COMERCIALES DE LA QUE EL PAÍS ES MIEMBRO

ORGANIZACIONES INTERNACIONALES ECONÓMICAS Y COMERCIALES DE LAS QUE EL PAÍS ES MIEMBRO
Fondo Monetario Internacional (FMI)
Banco Mundial (BM)
Banco Interamericano de Desarrollo (IDB)
Banco Africano de Desarrollo (BAfD)
Banco Asiático de Desarrollo (BAsD)
Banco Europeo de Reconstrucción y Desarrollo (BERD)
Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE)
Organización Mundial del Comercio (OMC)
Conferencia de Cooperación Económica Asia-Pacífico (APEC)
Agencia Internacional de la Energía (AIE)

10.4 CALENDARIO GENERAL DE FERIAS DEL PAÍS

En EE.UU. se celebran anualmente miles de ferias especializadas. Para un listado general de ferias en los EE.UU., se recomienda visitar <http://www.tsnn.com>. Para conocer aquellas que reciben el apoyo del Departamento de Comercio de EE.UU. se sugiere visitar: http://www.export.gov/eac/trade_events.asp.