

Servicios de Identificación
y Selección de Mercados
Prioritarios en el ámbito
internacional para el Sector TIC Andalucía



ENTREGABLE 5

PLAN INTEGRAL DE DESARROLLO DE MERCADO EE.UU (FLORIDA)

1. PRESENTACIÓN DE ESTADOS UNIDOS/FLORIDA. JUSTIFICACIÓN DE SU ELECCIÓN.	4
2. DATOS MACROECONOMICOS DE ESTADOS UNIDOS/FLORIDA. 6	
2.1. DATOS MACROECONÓMICOS ESTADOS UNIDOS.	6
2.2. DATOS MACROECONOMICOS ESTADO DE FLORIDA.	13
3. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL SECTOR TIC EN ESTADOS UNIDOS/FLORIDA.....	18
3.1. CARACTERÍSTICAS SECTOR TIC. ESTADOS UNIDOS.	18
3.2. CARACTERÍSTICAS SECTOR TIC. FLORIDA.	25
4. POLÍTICAS Y LINEAS ESTRATÉGICAS TIC.....	28
4.1. POLÍTICAS Y LINEAS ESTRATÉGICAS ESTADOS UNIDOS.	28
4.1. POLÍTICAS Y LINEAS ESTRATÉGICAS FLORIDA.	30
5. PRINCIPALES ACTORES DEL SECTOR TIC.	32
5.1 ENTIDADES PÚBLICAS.	32
5.2 ENTIDADES PRIVADAS.	33
6. INVERSIÓN. PRINCIPALES PROYECTOS.	35
6.1. DATOS DE INVERSIÓN ESTADOS UNIDOS.....	35
6.2. PRINCIPALES PROYECTOS.	36
6.3. DATOS DE INVERSIÓN ESPAÑOLA EN ESTADOS UNIDOS.....	37
7. IMPLANTACIÓN EN EL PAÍS. ASPECTOS A TENER EN CUENTA. ..	39
7.1. TIPOS DE SOCIEDADES.....	39
7.2. PARTICULARIDADES FUNDAMENTALES DEL ESTADO DE FLORIDA.....	41
8. CONTRATACIÓN PÚBLICA ESTADOS UNIDOS - FLORIDA.	45
8.1. LEGISLACIÓN APLICABLE.	45

8.2.	BÚSQUEDA DE OPORTUNIDADES.	46
8.3.	REQUISITOS PARA PARTICIPAR.....	49
8.4.	TIPOS DE CONCURSOS.....	49
9.	HERRAMIENTAS DE APOYO DE LA ADMINISTRACIÓN ANDALUZA Y ESPAÑOLA EN EL PAÍS.	51
10.	OPCIONES DE FINANCIACIÓN.	54
10.1.	INSTRUMENTOS GENERALES DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN.	54
10.2.	HERRAMIENTAS DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN TIC.	57
10.3.	INSTRUMENTOS DE FOMENTO Y FINANCIACIÓN EN EEUU/FLORIDA.....	58
11.	RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES.	60

1. PRESENTACIÓN DE ESTADOS UNIDOS/FLORIDA. JUSTIFICACIÓN DE SU ELECCIÓN.

Se ha seleccionado Estados Unidos para realizar un Plan de desarrollo de mercado para el Sector TIC andaluz en base al estudio desarrollado a través de las diferentes fases del Servicio de **Identificación y selección de mercados prioritarios en el ámbito internacional para el sector TIC andaluz**.

Estados Unidos era una elección clara según los resultados de este estudio previo debido a las puntuaciones obtenidas en los grupos de “Atractivo de mercado” y “Fuerza competidora”, puntuaciones que hacen que **Estados Unidos se sitúe en la Matriz de selección de países en el cuadrante 1 como “Alto atractivo de mercado” y “Alta Fuerza competidora”**.

Debido al tamaño del mercado, hemos seleccionado una zona concreta. En esta línea, se realiza el estudio del Estado de Florida por su atractivo para las empresas andaluzas no solo por las Oportunidades de Negocio para el sector de Tecnologías de la Información existentes en el mismo sino también porque Florida, y en concreto Miami, es un mercado atractivo que usar como plataforma de acceso al mercado LATAM de todo el continente. No en vano Miami es considerada la capital económica de Latinoamérica, también y relacionado con lo anterior por la cercanía cultural, pudiendo hacer negocios en español. Del mismo modo, también es una buena plataforma para acceder al resto del mercado norteamericano.

Algunos datos que refuerzan la selección de Estados Unidos y Florida:

- Estados Unidos es la primera economía mundial, con 318 millones de consumidores y con una renta per cápita de 54.629 \$ (datos de 2014).
- Líder histórico en distintos ámbitos del campo tecnológico, presenta una de las marcas país más potentes en esta área económica, con importantes sedes de empresas de carácter internacional.
- Las relaciones económicas entre ambos países se han amplificado e intensificado en los últimos años.
- Importante inversión de empresas españolas en Estados Unidos.
- En relación a Florida, esta zona se ha convertido en uno de los principales focos poblacionales del país, siendo a día de hoy el 3º estado en población tras California y Texas, siendo el 5º estado de mayor crecimiento para el periodo 2010-2015.
- Por centros urbanos, Miami es la principal ciudad cuyo entorno metropolitano engloba a aproximadamente 5,9 millones de personas. 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 Hispanoamérica.
- Florida es la 4º zona por potencia económica tras California, Texas y New York, copando cifras cercanas al 5% del PIB nacional.

- La ciudad de Miami está considerada el centro neurálgico y nexo tecnológico del país con el continente latinoamericano, como sede de importantes empresas. Esta zona es clave en el devenir de la industria norteamericana conformándose como un foco de atracción de inversores que buscan nuevas ideas y oportunidades innovadoras de negocios, muestra de ello es la Feria *Emerge Américas* que celebrará su 4 edición en 2017 y se ha convertido en eje activador de Miami como la nueva Silicon Beach.
- Miami está ejerciendo el efecto escaparate para empresas hacia Latinoamérica y se generan un gran número de leads comerciales.

Con respecto a la nueva situación política en Estados Unidos desde la victoria de Donald Trump, entendemos que si bien nos encontramos en una época de incertidumbre con respecto a que políticas comerciales aplicará en el futuro la administración Trump, estas, aun en el peor de los casos no afectarán significativamente a las posibilidades que ofrece este Estado a las empresas andaluzas del sector. Téngase en cuenta que se habla de políticas proteccionistas que llevarán aparejado el incremento de aranceles en el caso que finalmente se apliquen. Entendemos, que de producirse será en aquellos productos que la administración considera que se ha visto afectado por la política de las administraciones anteriores (industria automovilística, etc.) y que por tanto es improbable que afecte a productos del sector, y aunque así fuera, nuestra oferta exportable es mayoritariamente de servicios. No entramos en valoraciones políticas ni macroeconómicas sobre las consecuencias de las medidas que se puedan tomar pero si estamos seguros que a corto plazo no habrá cambios sustanciales y el Estado de Florida sigue siendo igual de interesante para las empresas andaluzas del sector, manteniéndose una de las fortalezas de Miami (“capital” de Latinoamérica) completamente intacta.

2.DATOS MACROECONOMICOS DE ESTADOS UNIDOS/FLORIDA.

2.1. DATOS MACROECONÓMICOS ESTADOS UNIDOS.

Estados Unidos es un país constituido como una República Federal, la cual se compone de **50 estados semi-soberanos** cuya autonomía política goza de gran amplitud.

Centrándonos específicamente en la evolución macroeconómica del país, tomamos el siguiente cuadro de cifras con perspectivas hasta 2020.

	2012	2013	2014	2015	2016*	2017*	2018*	2019*	2020*
PIB Bruto (Miles de Millones USD)	16.596,08	17.091,16	17.823,20	17.968,20	18.697,92	19.555,87	20.493,25	21.404,19	22.294,11
PIB por paridad del poder adquisitivo	51.456,70	52.980,00	54.629,50	55.904,30	57.765,51	60.014,90	62.473,98	64.817,72	67.064,31
Inflación	2,08	1,46	1,61	0,09	1,15	1,84	2,17	2,28	2,38
Inversión (%PIB)	19,35	19,55	19,92	20,31	20,60	20,92	21,08	21,16	21,32
Ahorro (%PIB)	17,71	18,24	18,83	18,23	17,66	17,70	17,83	17,84	17,97
Endeudamiento del Estado (en % del PIB)	102,49	104,78	104,79	104,85	105,97	105,80	105,29	105,52	106,18
Población (millones)	314,11	316,50	318,86	321,19	323,69	325,85	328,03	330,22	332,43
Desempleo (% PA)	8,07	7,37	6,15	5,29	4,86	4,81	4,80	4,85	5,04

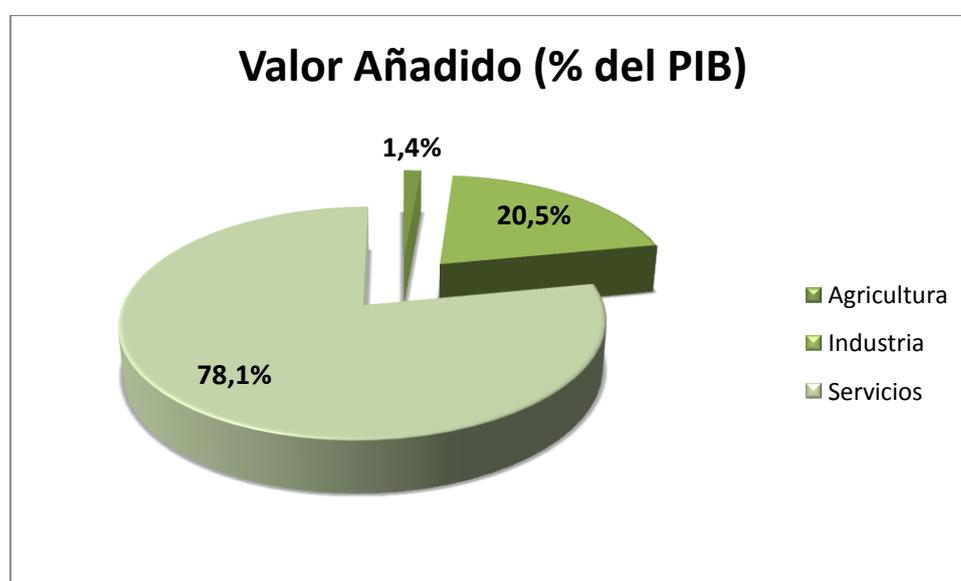
Fuente: Banco Mundial, Fondo Monetario Internacional. (Elaborado por TRACK).

Estados Unidos, pese a ser epicentro de la pasada crisis financiera, parece haberse sobrepuesto a las vicisitudes derivadas de la misma de manera sobresaliente. El crecimiento en sus indicadores económicos ha soslayado el éxito de las políticas aplicadas estos últimos años.

Tomando al PIB como principal indicador económico de progreso, podemos observar un enorme impulso en la generación de valor del país, presentando **cifras de crecimiento de entorno al 3% en el total de periodo 2012-2015**, si bien los datos muestran cierta desaceleración en 2015, las **previsiones para el cómputo total del 2016 son más que positivas creciendo entorno al 4%**, asimismo se espera que se mantenga por encima de esta cifra al menos hasta finales de 2012.

Estos datos se constatan con la **evolución positiva del poder adquisitivo de la zona**, manteniéndose en cifras que superan la media de la OCDE año tras año.

Por sectores económicos el **PIB muestra una distribución claramente inclinada hacia el sector servicios**, lo cual viene caracterizando a la economía más desarrollada del planeta durante los últimos decenios.



Fuente: Santandertrade.

Contributions to Percent Change in Real Gross Domestic Product by Industry	2013	2014	2015
All industries	1,5	2,4	2,4
Private industries	1,37	2,18	2,40
Agriculture, forestry, fishing, and hunting	0,21	0,04	0,10
Mining	0,12	0,18	0,12
Utilities	-0,01	-0,07	-0,09
Construction	0,10	0,04	0,19
Manufacturing	0,18	0,20	0,17
Wholesale trade	0,19	0,20	0,18
Retail trade	0,16	0,10	0,21
Transportation and warehousing	0,02	0,02	-0,06
Information	0,31	0,18	0,30
Finance, insurance, real estate, rental, and leasing	-0,17	0,47	0,37
Professional and business services	0,07	0,49	0,57
Educational services, health care, and social assistance	0,12	0,18	0,24
Arts, entertainment, recreation, accommodation, and food services	0,08	0,11	0,07
Other services, except government	-0,01	0,05	0,03

Government	-0,11	-0,02	-0,04
Federal	-0,11	-0,04	-0,03
State and local	0,00	0,01	-0,01

Fuente: Bureau of Economic Analysis.

Pese a sus mencionadas tasas de crecimiento, tanto la inflación como los tipos de interés siguen manteniéndose relativamente bajos, el impacto monetario de la fase expansiva en la que se encuentra el país no lo ha apartado de la consecución de sus objetivos inflacionistas, manteniéndose en el entorno del 2%.

Así mismo los tipos de campo internacionales de Dólar Estadounidense se han mantenido en cifras poco elevadas, favoreciendo la competitividad de sus exportaciones, si bien desde principio de 2015 existe un mayor acercamiento a la paridad Euro/Dólar, con un importante impulso desde el “Brexit” británico que hizo depreciar las cotizaciones de Euro y Libra respectivamente, así el Tipo de Cambio se sitúa en cifras de:

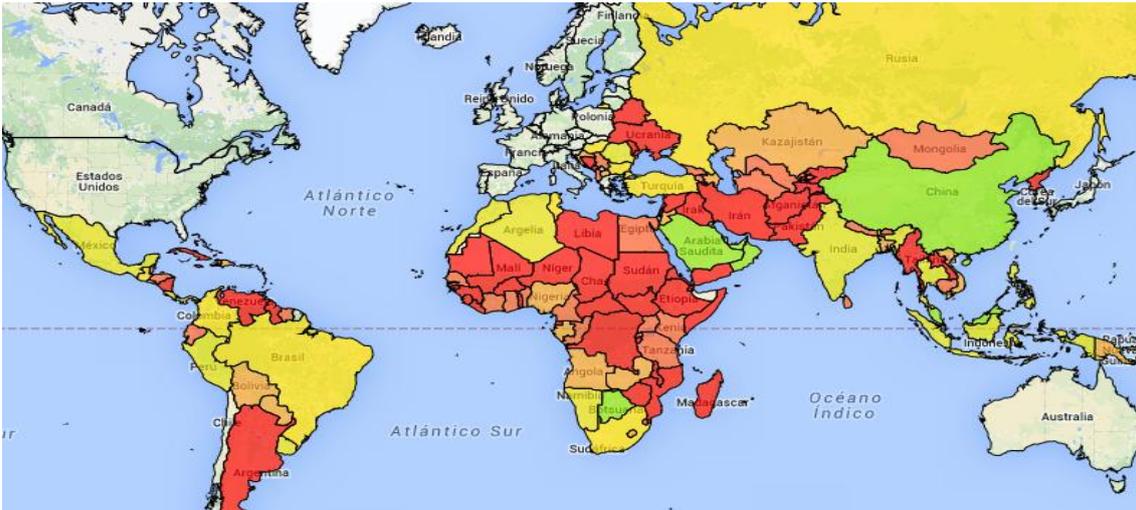
1 USD= 0,902289 EUR

Evolución de Tipo de Cambio USD/EUR.



Fuente: XE.COM INC

Basándose en los macro datos publicados y en sus propios estudios, la Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación (CESCE) facilita las calificaciones de riesgo de los diferentes países, calificando a **EEUU como un entorno de máxima seguridad comparativa**, con un entorno político muy estable, y una situación económica que si bien presenta datos calificados como *regulares*, su evolución tanto interna como externa es claramente favorable.



De esta forma se establece que EEUU, y por extensión Florida se encuentra, junto con el entorno de la UE, Australia, Chile, Japón y Canadá como los centros económicos de menor riesgo político y comercial del planeta.

Otras entidades crediticias y de seguros marcan al país igualmente con un grado de riesgo mínimo, la francesa COFACE, es una de las entidades calificadoras de mayor prestigio lo confiere un **riesgo país A2 y A1 en el clima de negocios**.



La facilidad para hacer negocios es asimismo, otro de los factores reveladores de la situación macroeconómica que facilita la comparación internacional de las diferentes economías a través de indicadores comparables como los proveídos por Banco Mundial (Doing Business).

Facilidad para hacer negocios en Estados Unidos	DOING BUSINESS 2016 CLASIFICACIÓN	DOING BUSINESS 2015 CLASIFICACIÓN ①	CAMBIO
	7	7	0
	DOING BUSINESS 2016 DAF** (PUNTOS PORCENTUALES) ①	DOING BUSINESS 2015 DAF** (PUNTOS PORCENTUALES) ①	CAMBIO EN DAF** (PUNTOS PORCENTUALES) ②
	82,15	82,15	0,00

Temas	DB 2016 Clasificación	DB 2015 Clasificación	Cambio
Apertura de una empresa	49	44	↑ -5
Manejo de permisos de construcción	33	33	No cambio
Obtención de Electricidad	44	42	↑ -2
Registro de propiedades	34	33	↑ -1
Obtención de crédito	2	2	No cambio
Protección de los inversionistas minoritarios	35	32	↑ -3
Pago de impuestos	53	48	↑ -5
Comercio transfronterizo	34	33	↑ -1
Cumplimiento de contratos	21	21	No cambio
Resolución de la insolvencia	5	4	↑ -1

Estados Unidos se encuentra tradicionalmente en la parte alta de los listados de facilidad para hacer negocios, presentando indicadores clave diferenciados por costa (Costa Este con datos de New York y Costa Oeste con datos de California), en este caso los datos presentados corresponden al entorno específico de New York.

El País se mantiene en el **7º puesto internacional de la economías que presentan mayor facilidad para realizar negocios** dentro de sus fronteras, ya sea a través de apertura de nuevos entes societarios, realización de actividades comerciales de índole internacional u confiriendo facultades específicas para la prestación de servicios o realización de obras en territorio estadounidense.

La competitividad y fortalezas del país no tienen su reflejo en superávits exteriores, el país tradicionalmente mantiene un importante baluarte económico en su potente mercado interior. La potente demanda nacional de productos supera año tras año al valor de las exportaciones estadounidenses, de manera que el **importante coeficiente importador del país** viene reflejando saldos corrientes negativos en su Balanza de Pagos años tras año.

Balanza de Pagos	2012	2013	2014	2015	2016
Balanza de transacciones corrientes (miles de millones de USD)	-449,67	-376,76	-389,53	-460,62	-551,5
Balanza de transacciones corrientes (en % del PIB)	-2,8	-2,3	-2,2	-2,6	-3

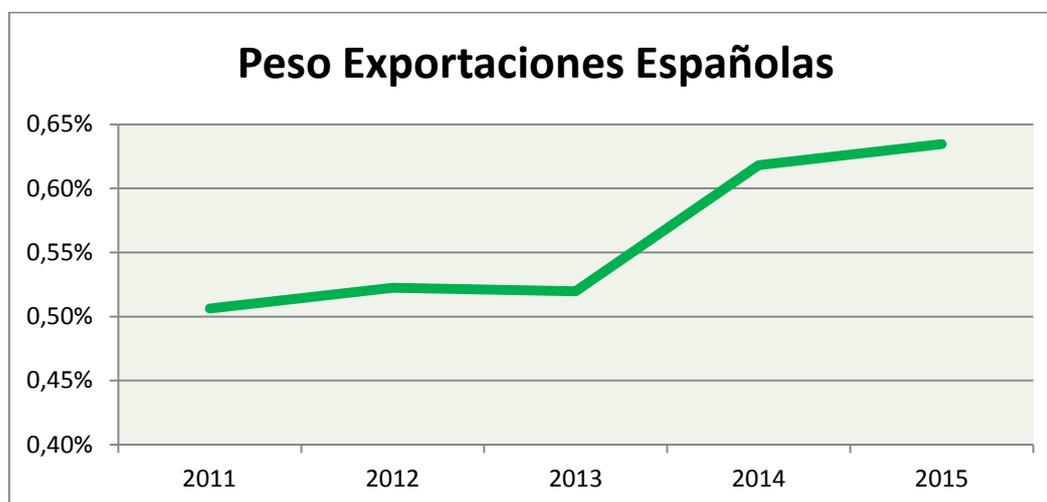
Fuentes: Fondo Monetario Internacional. (World Economic Outlook Database).

Comercio Exterior Servicios (Mill USD)	Importaciones		Exportaciones		Saldo	
	2014	2015	2014	2015	2014	2015
Total Services	481,26	488,66	743,26	750,86	261,99	262,20
Maintenance and Repair	7,52	9,00	22,13	24,04	14,61	15,04
Transport	94,16	97,05	90,70	87,22	-3,46	-9,83
Travel	105,53	112,87	191,33	204,52	85,80	91,65
Insurance Services	51,82	47,77	17,31	17,14	-34,51	-30,63
Financial Services	24,91	25,16	107,71	102,46	82,81	77,30
Charges for the Use of Intellectual Property	42,21	39,50	129,89	124,66	87,68	85,17
Telecommunications, Computer, and Information Services	36,31	36,44	35,04	35,90	-1,27	-0,54
Other Business Services	94,57	99,35	128,82	134,65	34,25	35,29
Government	24,24	21,52	20,33	20,27	-3,91	-1,25

Fuente: U.S. Department of Commerce.

Centrándonos específicamente en el rubro de los servicios, las estimaciones del departamento de comercios del país fija una cantidad positiva en el saldo comercial exterior en este campo. Es decir, pese a la fuerte demanda nacional de productos foráneos, existe una posición de superávit comercial en servicios, que aunque no compensa el montante total importador, si constituye un importante sustento de su balanza comercial y del apaciguamiento de la deuda.

Por apartados vemos como los servicios relacionados con los viajes y turismo son una gran fuente de ingresos, igualmente los importantes servicios financieros del país, representados por New York como principal centro de transacciones y el uso de la propiedad intelectual conforman el mapa de las principales fuerzas competidoras de los servicios estadounidenses.



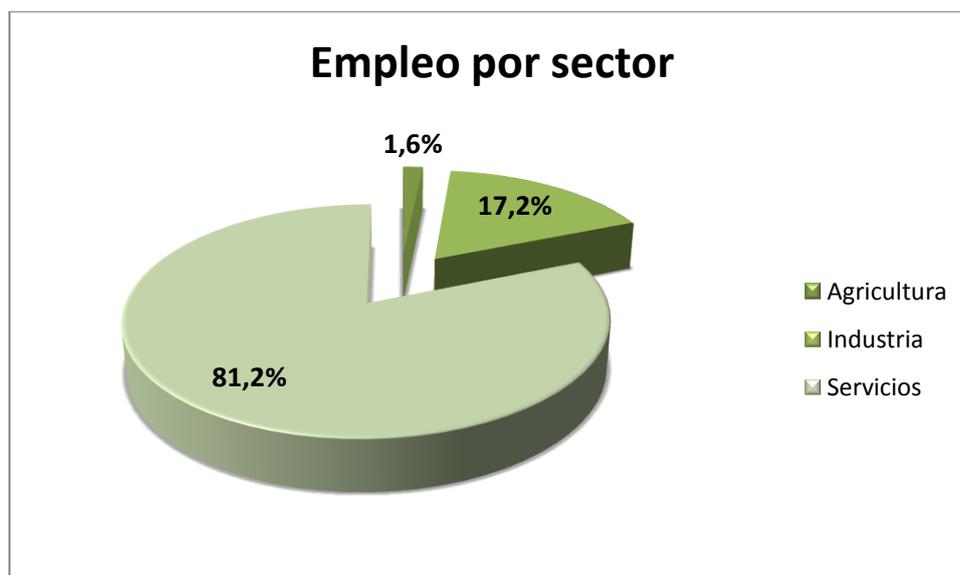
Fuente: UN COMTRADE statistics.

Con respecto al comercio con España, en 2015, las exportaciones de nuestro país representaban un 0,64% del total, lo que supone un importante avance desde la cuota el 0,51% del 2011, lo que atisba una gradual mejora de la imagen de España como centro productor y la mejora constante de la marca España en este destino.

Si se puede extraer alguna visión positiva de la pasada crisis es una renovada preocupación por la estabilidad macroeconómica en los diferentes gobiernos de los países y una mayor conciencia individual y colectiva de las previsiones monetarias. Bajo esta nueva mentalidad, los datos de ahorro e inversión del país presentan una remarcada estabilidad.

El reflejo de mayor impacto social de estos datos económicos positivos ha sido, sin lugar a dudas, la evolución de la cifra del paro. Estados Unidos presenta **cifras de crecimiento poblacional de aproximadamente el 0,7%, acompañadas de unas cifras de paro que podríamos considerar de pleno empleo**, cuyas previsiones lo sitúan en cifras donde su demanda de personal procedente de la inmigración en todas las escalas económicas es remarcable.

Si tomamos los últimos datos publicados sobre la distribución sectorial de este empleo, vemos como el **sector servicios es con mucho el principal sector de generación de empleo**, mostrando por un lado su fortaleza económica, así como una importante masa de personal de baja cualificación que integra tradicionalmente este sector en área como el turismo o la hostelería.



Fuente: Santandertrade.

Uno de los datos que ha venido caracterizando la evolución de la economía y la política norteamericana en los últimos tiempos ha sido la deuda, mostrando un claro reflejo de las magnitudes macroeconómicas anteriormente mencionadas.

Desde la llegada de Bush al poder, se presenta un importante cambio en las tendencias de las cuentas públicas, pasando en un año de un superávit de 128 millardos de USD a un déficit de 158 millardos (1,5% del PIB de 2002). Estas cifras se fueron incrementando, hasta que en 2004 se alcanzó un exceso de gasto de 413.000 millones (3,6% del PIB). A partir de entonces, la situación se fue corrigiendo. En 2005, la cifra se situó en el 3,2% del PIB, en 2006 en el 1,9% y en 2007 en el 1,2%.

Para el año fiscal 2008, el déficit volvería a incrementarse de manera significativa a unos 454,8 millardos de USD y en el año fiscal 2009, el déficit fue de 1,4 billones de dólares, el 10% del PIB. Los ingresos cayeron en más de un 17% debido a los efectos de la crisis.

La CBO declaró un déficit de la Administración federal para el año fiscal 2010 (desde octubre 2009 a septiembre 2010), de 1,3 billones de dólares, 122 millardos inferior al alcanzado en el año anterior. Este déficit supone el 8,9% del PIB.

Por parte del gobierno se han tomado medidas como la aprobación del Budget Control Act en 2011 con el objetivo de alcanzar la consolidación fiscal a medio y largo plazo. Así, en el año fiscal 2013 (octubre a septiembre) la Administración Federal incurrió en un déficit presupuestario de 680 millardos de dólares, un 37,5% menos que en el año fiscal 2012 (1,09 billones de dólares, un 10,21% inferior al del 2011).

No podemos obviar que desde 2009, el programa económico de la Administración presidida por Obama se condiciona por la crisis, proyectando medidas para estimular la demanda. De entre las **medidas de índole estructural** destacan:

- La **inversión en infraestructuras** (desarrollo de las redes de transporte, telecomunicaciones y energía además del impulso de una mayor eficiencia energética)
- Fomento de las exportaciones (nueva Estrategia Nacional de Exportación).
- Reformas del sistema financiero, educativo y del seguro sanitario.

Hablamos así, de una de las economías más endeudadas del planeta, si bien sus otras fortalezas y su posición dominante en el mercado como fuente monetaria de la principal moneda de reserva internacional (Dólar) hacen que sus ratios de confianza otorgados por los principales organismos internacionales lo sitúen como **uno de los países más confiables a la hora de hacer negocios**.

2.2. DATOS MACROECONOMICOS ESTADO DE FLORIDA.

Centrándonos en el caso específico del Estado de Florida, determinamos que nos encontramos ante el **principal foco de acción comercial Hispano-americana, puerta de entrada tradicional de los empresarios nacionales al país**.

Este Estado con capital en Tallahassee cuenta con 140.093 Km² situándolo en el puesto 22º del país, siendo uno de los principales focos económico del sureste.

Annual Estimates of the Resident Population for the United States (Mill.)

	2010	2011	2012	2013	2014	2015
United States	309,35	311,72	314,1	316,43	318,91	321,42
South	114,86	116,08	117,33	118,49	119,8	121,18
West	72,12	72,84	73,6	74,35	75,18	76,04
Midwest	66,98	67,16	67,34	67,57	67,76	67,91
Northeast	55,39	55,64	55,84	56,02	56,17	56,28
California	37,33	37,7	38,06	38,41	38,79	39,14
Texas	25,24	25,65	26,09	26,5	26,98	27,47
Florida	18,85	19,11	19,35	19,59	19,91	20,27
New York	19,4	19,52	19,61	19,69	19,75	19,8
Illinois	12,84	12,86	12,88	12,89	12,88	12,86
Pennsylvania	12,71	12,75	12,77	12,78	12,79	12,8
Ohio	11,54	11,55	11,55	11,57	11,6	11,61
Georgia	9,71	9,81	9,92	9,99	10,1	10,21
North Carolina	9,56	9,65	9,75	9,85	9,94	10,04
Michigan	9,88	9,88	9,89	9,9	9,92	9,92
New Jersey	8,8	8,84	8,87	8,91	8,94	8,96
Virginia	8,03	8,11	8,19	8,27	8,33	8,38
Washington	6,74	6,82	6,9	6,97	7,06	7,17
Arizona	6,41	6,47	6,55	6,63	6,73	6,83
Massachusetts	6,57	6,61	6,66	6,71	6,76	6,79
Indiana	6,49	6,52	6,54	6,57	6,6	6,62

Tennessee	6,36	6,4	6,46	6,5	6,55	6,6
Missouri	6	6,01	6,03	6,04	6,06	6,08
Maryland	5,79	5,84	5,89	5,94	5,98	6,01
Wisconsin	5,69	5,71	5,73	5,74	5,76	5,77
Minnesota	5,31	5,35	5,38	5,42	5,46	5,49
Colorado	5,05	5,12	5,19	5,27	5,36	5,46
South Carolina	4,64	4,67	4,72	4,77	4,83	4,9
Alabama	4,79	4,8	4,82	4,83	4,85	4,86
Louisiana	4,54	4,58	4,6	4,63	4,65	4,67
Kentucky	4,35	4,37	4,38	4,4	4,41	4,43
Oregon	3,84	3,87	3,9	3,93	3,97	4,03
Oklahoma	3,76	3,79	3,82	3,85	3,88	3,91
Connecticut	3,58	3,59	3,59	3,6	3,59	3,59
Iowa	3,05	3,07	3,08	3,09	3,11	3,12
Utah	2,78	2,82	2,86	2,9	2,94	3
Mississippi	2,97	2,98	2,99	2,99	2,99	2,99
Arkansas	2,92	2,94	2,95	2,96	2,97	2,98
Kansas	2,86	2,87	2,89	2,89	2,9	2,91
Nevada	2,7	2,72	2,75	2,79	2,84	2,89
New Mexico	2,06	2,08	2,08	2,09	2,09	2,09
Nebraska	1,83	1,84	1,86	1,87	1,88	1,9
West Virginia	1,85	1,85	1,86	1,85	1,85	1,84
Idaho	1,57	1,58	1,6	1,61	1,63	1,65
Hawaii	1,36	1,38	1,39	1,41	1,42	1,43
Maine	1,33	1,33	1,33	1,33	1,33	1,33
New Hampshire	1,32	1,32	1,32	1,32	1,33	1,33
Rhode Island	1,05	1,05	1,05	1,05	1,05	1,06
Montana	0,99	1	1,01	1,01	1,02	1,03
Delaware	0,9	0,91	0,92	0,93	0,94	0,95
South Dakota	0,82	0,82	0,83	0,85	0,85	0,86
North Dakota	0,67	0,69	0,7	0,72	0,74	0,76
Alaska	0,71	0,72	0,73	0,74	0,74	0,74
Columbia	0,61	0,62	0,64	0,65	0,66	0,67
Vermont	0,63	0,63	0,63	0,63	0,63	0,63
Wyoming	0,56	0,57	0,58	0,58	0,58	0,59
Puerto Rico*	3,72	3,68	3,63	3,59	3,53	3,47

Fuente: U.S. Census Bureau.

Esta zona se ha convertido en **uno de los principales focos poblacionales del país, siendo a día de hoy el 3º estado en población tras California y Texas, siendo el 5º estado de mayor crecimiento para el periodo 2010-2015** con aproximadamente el 7,5%, así ha alcanzado una densidad de 137,37 personas por Km², muy por encima de la media del país de 33,75.

Este dato tiene mucho que ver con su disposición como foco de atracción de inmigración de origen hispano-latina, llegando a suponer el 24,1% de total de la población del Estado, en comparación con el 17,4% nacional.

Por centros urbanos, **Miami es la principal ciudad cuyo entorno metropolitano engloba a aproximadamente 5,9 millones de personas.** 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 Hispanoamérica.** De esta forma, bajo este enfoque poblacional las siguientes ciudades del estado por orden son Tampa, Orlando, Jacksonville y Tallahassee.

Este aumento poblacional no es fruto únicamente de su privilegiada situación geográfica (importante zona mercante con 21 zonas francas habilitadas y 11.577 Km² de aguas territoriales), sino que económicamente los datos lo sitúan como uno de los principales focos de crecimiento del país, siendo el 7º estado de mayor aumento en el total del 2015 y 5º en el cómputo del IV trimestre. Lo cual convierten a Florida en la 4º zona por potencia económica tras California, Texas y New York, copando cifras cercanas al 5% del PIB nacional.

Percent Change in Real Gross Domestic Product (GDP) by State										
	2014				2015					
	I	II	III	IV	I	II	III	IV		
United States	2,2	2,4	-1,3	4,3	4,7	1,7	0,7	3,8	1,9	1,7
New England	1,7	1,3	1,8	2,5	3,5	2,5	-1,8	4,9	-2,5	2,1
Connecticut	1,2	0,6	-0,6	4,4	0,9	-1,0	-0,1	4,7	-4,4	1,7
Maine	1,1	0,4	-1,2	3,3	3,4	4,1	-11,3	9,1	2,1	1,3
Massachusetts	1,8	2,0	3,7	0,5	5,2	3,9	0,4	4,6	-4,1	2,6
New Hampshire	2,4	0,8	1,9	7,5	1,2	3,5	-9,3	6,2	6,4	1,2
Rhode Island	2,2	1,1	3,5	3,7	3,0	3,6	-4,4	5,1	-0,4	1,7
Vermont	1,5	0,2	-2,6	3,2	6,9	3,4	-9,5	0,1	7,8	1,4
Mideast	1,5	1,6	-0,8	2,5	3,8	1,0	-2,2	5,5	1,8	1,2
Delaware	4,3	2,0	-2,7	11,1	7,6	-4,1	1,8	6,2	-3,1	0,9
Columbia	1,8	2,5	7,3	-3,2	0,5	0,6	7,6	4,3	-2,3	3,0
Maryland	1,6	1,5	-0,6	6,2	2,8	-1,4	2,3	2,2	-1,0	2,5
New Jersey	0,8	1,8	-2,5	3,5	2,3	0,6	-1,7	8,4	-0,5	2,5
New York	1,2	1,4	-2,0	1,4	4,3	1,4	-5,5	8,0	4,0	0,0
Pennsylvania	2,3	1,7	1,7	2,2	4,5	2,6	0,4	0,2	2,0	1,7
Great Lakes	2,0	1,9	-0,7	4,6	4,5	0,7	-0,3	2,3	3,4	1,6
Illinois	1,0	2,3	-2,3	3,3	3,2	-0,8	6,0	-2,0	6,2	0,1
Indiana	2,2	1,7	1,4	3,4	4,2	3,2	-4,1	6,1	0,9	3,0
Michigan	1,5	1,4	-0,2	4,1	2,3	0,2	-1,6	5,0	1,6	2,6
Ohio	3,3	1,8	1,0	5,8	8,2	1,4	-3,3	3,4	1,6	2,9
Wisconsin	2,1	1,8	-3,0	8,0	3,9	1,6	-3,1	3,6	5,5	0,4
Plains	2,1	1,3	-3,8	7,7	5,0	2,4	-3,2	2,6	0,6	0,6
Iowa	2,8	0,8	-7,0	16,3	5,4	4,0	-10,3	5,7	2,4	-2,9

Kansas	1,2	0,2	-4,8	5,6	4,4	-0,1	-3,1	2,6	-2,1	-0,7
Minnesota	2,6	2,4	-2,2	4,5	7,7	1,5	3,2	-0,5	0,5	1,9
Missouri	1,1	1,3	-1,9	4,5	3,0	0,7	-2,3	5,1	0,5	1,8
Nebraska	1,9	2,1	-2,9	9,6	2,3	5,3	-5,1	7,7	1,6	-0,4
North Dakota	6,0	-2,1	-5,6	18,5	6,0	11,3	-10,4	-13,7	-4,0	2,0
South Dakota	0,4	1,8	-10,8	10,1	4,4	3,1	-9,5	8,6	7,2	2,3
Southeast	1,8	2,2	-1,3	4,5	3,4	1,6	-0,6	3,8	3,9	2,1
Alabama	0,9	1,6	-2,0	3,8	5,4	-1,8	3,5	-1,7	3,3	1,5
Arkansas	2,1	1,5	-0,4	4,4	2,6	3,3	-4,7	4,8	4,1	1,6
Florida	2,6	3,1	0,0	3,9	3,8	2,2	1,8	3,6	5,6	2,7
Georgia	2,5	2,6	0,0	4,8	5,2	1,2	0,2	3,6	4,6	2,5
Kentucky	1,1	1,1	-1,9	5,1	1,3	1,9	-4,4	5,8	1,4	2,7
Louisiana	1,9	1,7	-2,1	8,8	6,5	2,7	-0,7	-0,8	1,5	0,0
Mississippi	-0,3	0,7	-3,4	4,7	-1,0	1,0	-2,2	2,4	3,1	1,7
North Carolina	2,1	2,7	-0,6	1,6	4,7	2,3	-0,1	5,4	4,0	1,8
South Carolina	2,5	1,9	-3,3	9,5	1,5	2,1	-1,8	2,9	5,1	1,3
Tennessee	1,6	2,0	-0,1	5,0	2,0	1,9	-4,2	8,7	3,3	2,4
Virginia	0,2	1,4	-3,0	3,2	0,8	0,2	-2,1	5,7	3,5	2,4
West Virginia	0,7	0,1	-8,1	7,8	2,6	1,5	-1,1	-4,1	0,4	0,3
Southwest	3,4	3,1	0,2	5,0	8,2	3,4	5,4	-2,0	0,9	1,1
Arizona	1,8	0,9	0,3	1,5	3,8	-1,6	0,5	2,3	-0,2	2,3
New Mexico	2,6	0,7	-0,4	6,1	7,3	7,0	-7,6	1,3	0,3	-1,1
Oklahoma	3,3	1,3	-1,5	4,7	9,0	0,1	7,1	-7,7	-0,6	-2,8
Texas	3,8	3,8	0,5	5,6	9,0	4,4	7,0	-2,3	1,3	1,4
Rocky Mountain	3,0	3,1	0,3	4,2	5,3	5,1	1,3	3,4	1,3	2,0
Colorado	4,1	3,6	1,5	5,5	7,1	6,2	1,2	4,0	0,1	2,8
Idaho	2,1	1,9	-4,2	2,4	3,5	5,1	-1,8	1,3	3,9	2,1
Montana	2,0	3,5	-2,7	7,2	2,0	-0,1	6,0	6,2	1,9	-1,0
Utah	2,2	3,3	3,0	1,4	3,5	3,3	2,9	4,5	3,4	2,8
Wyoming	0,5	0,4	-6,8	3,3	4,5	9,0	-3,5	-3,9	-0,7	-3,4
Far West	2,8	3,8	-3,4	4,2	4,9	0,8	4,7	7,2	1,0	2,1
Alaska	-3,5	-0,5	-4,6	-1,8	-3,1	3,6	-0,9	3,1	-7,4	-1,3
California	3,1	4,1	-4,8	4,4	5,6	0,1	6,1	7,7	0,4	2,7
Hawaii	0,8	1,7	-0,7	2,3	1,4	-1,2	4,2	2,9	-0,4	1,6
Nevada	3,4	2,8	3,6	3,3	4,3	3,9	-1,8	7,3	3,8	0,1
Oregon	0,9	4,1	-4,9	3,6	6,4	0,0	6,8	2,7	7,0	0,1
Washington	3,0	2,9	3,0	4,9	2,3	4,4	-0,9	8,0	1,7	1,3

Fuente: U.S. Bureau of Economic Analysis.

Presentamos adicionalmente, un cuadro con los principales datos de relevancia del Estado, donde constatar su importancia como motor económico del país.

Indicador	Valor	Periodo	Ranking Nacional
Empleo			
Civilian Labor Force	9.702.300	2015	3
Total Employment	9.146.909	2015	3
Unemployment Rate	4,7%	2016 (May)	25
Producto Interior Bruto			
GDP in millions of current Dollars	882.798	2015	4
Real GDP Growth	3,1	2015	7
Comercio Exterior			
Import (millions)	12.452,6	2016 (Ene-Mar)	8
Export (millions)	17.893	2016 (Ene-Mar)	9

Fuente: U.S. Bureau of Economic Analysis, Enterprise Florida, Inc.

Así mismo por sectores el Estado presenta una distribución económica donde **al igual que en el resto del país destacan los servicios prestados a terceros como principal motor económico**, destacando principalmente en servicios recreativos y asociados al turismo, asimismo destaca como centro financiero del país cuyo volumen transaccional supera ampliamente la media.

Distribución PIB 2015		
Sectores	Florida (Mill USD)	EEUU (Mill USD)
Agriculture, forestry, fishing, and hunting	6.256	196.009
Mining	1.336	304.888
Utilities	15.278	288.333
Construction	40.842	716.917
Manufacturing	44.760	2.167.757
Wholesale trade	61.158	1.080.429
Retail trade	68.402	1.049.698
Transportation and warehousing	28.618	527.656
Information	35.428	868.008
Finance, insurance, real estate, rental, and leasing	198.163	3.635.588
Professional and business services	110.944	2.192.407
Educational services, health care, and social assistance	84.093	1.491.882
Arts, entertainment, recreation, accommodation, and food services	56.974	703.811
Other services, except government	24.387	400.020
Government	106.158	2.206.901

Fuente: U.S. Bureau of Economic Analysis.

3. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL SECTOR TIC EN ESTADOS UNIDOS/FLORIDA.

3.1. CARACTERÍSTICAS SECTOR TIC. ESTADOS UNIDOS.

Estados Unidos en general, y por extensión en Estado de Florida, es uno de los principales focos mundiales del comercio de las TIC, no en balde aparece destacado dentro de los principales indicadores mundiales de este tipo de operaciones.

	Puntuación	Ranking	Variación
Índice de desarrollo de las TIC - ITU (Naciones Unidas). 2015.	8,19	15 (167)	↓ 1
Networked Readiness Index - NRI (Foro Económico Mundial). 2015.	5,6	7 (143)	=
E-Government Development Index (Naciones Unidas). 2014	0,8748	7 (193)	↓ 2

Sin duda este posicionamiento viene desencadenado por una sociedad pujante en la materia, es decir, el porcentaje de población que está habituada al uso de las nuevas tecnologías se sitúa en la parte más alta del planeta.

Estados Unidos es el 3º país por número de usuarios de internet, así mismo muestra un índice de penetración de este tipo de productos y servicios que lo sitúan en el puesto 20º a nivel mundial.

Country	Internet Users	Penetration
China	721.434.547	52,20%
India	462.124.989	34,80%
U.S.	286.942.362	88,50%
Brazil	139.111.185	66,40%
Japan	115.111.595	91,10%
Russia	102.258.256	71,30%
Nigeria	86.219.965	46,10%
Germany	71.016.605	88%
U.K.	60.273.385	92,60%
Mexico	58.016.997	45,10%

Fuente: Internet Live Stats.

En cuanto a mercado potencial, este es sin duda uno de los principales focos mundiales de demanda TIC según estos datos.

Grado de penetración TIC	2010	2011	2012	2013	2014
Suscriptores de línea de teléfono fija (por cada 100 personas)	47,93	45,51	43,65	41,63	39,83
Suscriptores de línea de teléfono móvil (por cada 100)	91,31	94,44	96,01	97,08	110,20

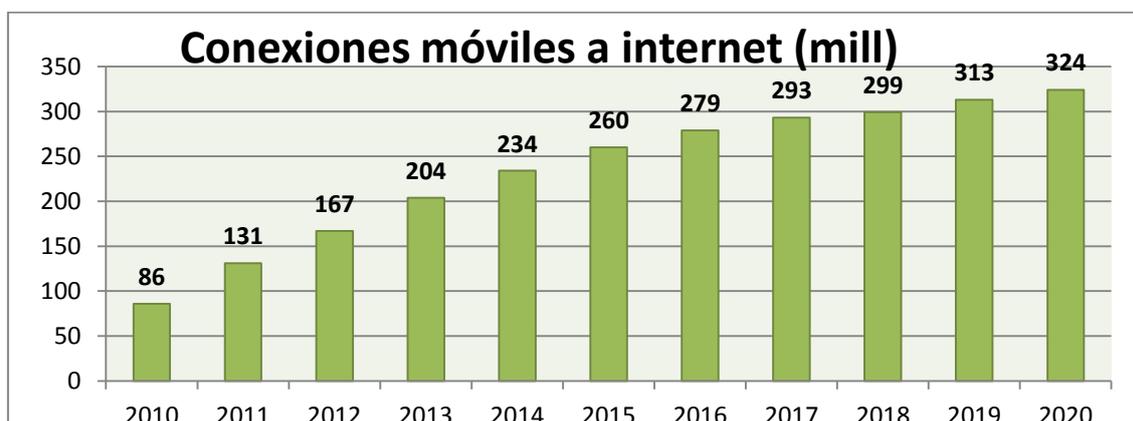
personas)					
Usuarios de internet (por cada 100 personas)	71,69	69,73	79,30	84,20	87,36
Abonados a internet por banda ancha fija (por cada 100 personas)	27,07	28,04	29,14	30,00	31,06
Exportaciones de bienes de TIC (% del total de exportaciones de bienes)	10,56	9,51	9,03	8,88	8,97
Exportaciones de productos de alta tecnología (% de las exportaciones de productos manufacturados)	19,97	18,11	17,78	17,82	18,23
Exportaciones de servicios de TIC (% de exportaciones de servicios, balanza de pagos)	22,38	22,58	23,29	22,81	23,28
Importaciones de bienes TIC (% del total de importaciones de bienes)	14,44	12,98	12,97	13,15	13,06

Fuente: Banco Mundial

Desagregando los principales indicadores de la penetración del sector TIC en el entramado social estadounidense para el periodo 2010-2014 constatamos su importancia creciente como eje de demanda mundial, así como su configuración como uno de los centros del progreso tecnológico mundial.

Nos encontramos ante una sociedad con gran acceso a todo tipo de facilidades fruto de la innovación, su red de infraestructuras facilita un acceso general amplio, con pocas excepciones incluso en los entornos de mayor ruralidad.

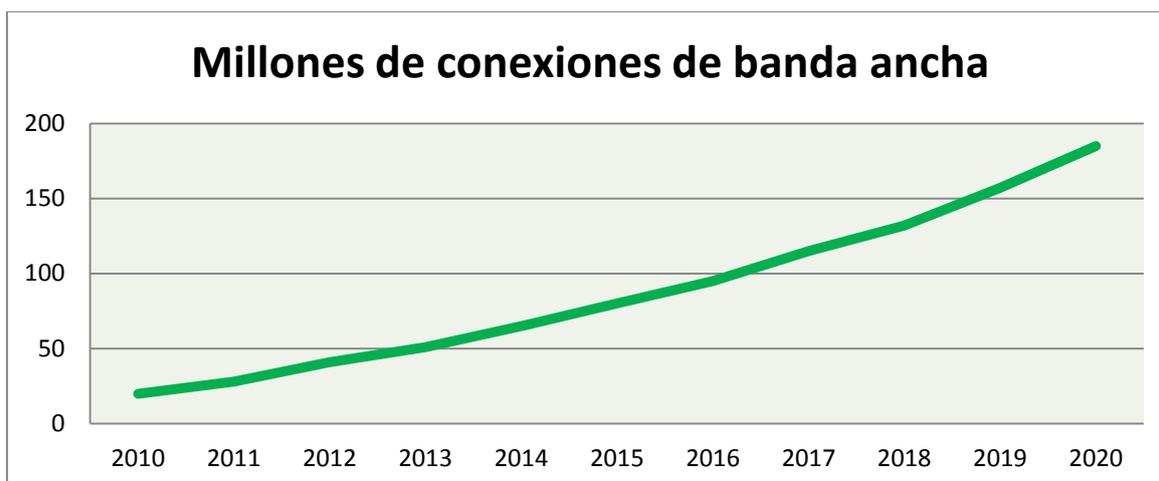
Po lo general las cifras hablan de una penetración creciente de los nuevos medios en la sociedad, si bien la línea telefónica fija pierde importancia, su disminución está más que compensada con el aumento de las líneas móviles, cuya progresión vienen marcando el futuro de la industria TIC en general.



Fuente: Ibisworld.

Los individuos, de manera generalizada están asimilando el uso de estos nuevos terminales como su centro de operaciones habitual.

Por otro lado la red fija se está perfilando hacia el abastecimiento de servicios otros asociados a la tradicional telefonía, modernizando sus infraestructuras, de esta forma en el mercado cobran cada vez mayor importancia los nuevos y crecientes servicios de banda ancha.



Fuente: Ibisworld.

En lo referente a su comercio exterior, EEUU es uno de los epicentros del comercio mundial, y el mercado TIC no es una excepción, las cuotas de participación en el mercado de este tipo de productos y servicios son de los más elevados del planeta, siendo una muestra más de la fortaleza de este sector.

Es conveniente mencionar la tendencia decreciente en los bienes TICs frente a los servicios, lo cual se debe en gran medida al proceso de deslocalización de la producción que se viene produciendo gradualmente, en favor de zonas de menores costes laborales y mayor cercanía a productores de superconductores, siendo China, México, Tailandia o Vietnam principales focos de las importaciones norteamericanas en este rubro.

Otro de los principales indicadores que reflejan el grado de penetración tecnológica de una sociedad es la evolución de su comercio electrónico. De esta forma el país se ha convertido en el paradigma de este tipo de comercio en las últimas décadas, sólo la creciente economía China parece hacerle sombra en este aspecto, al encontrarse concentrados una serie de factores clave para el desarrollo e implantación de esta nueva forma de consumo masivo.

- Redes logística avanzada.
- Elevado poder adquisitivo.
- Amplia penetración social de la nuevas tecnologías.
- Gran masa poblacional.
- Buena infraestructura de telecomunicaciones.

Bajo estas condicionantes el gran retail se ha ido desplazando hacia este tipo de transacciones cada vez con mayor penetración.

Ecommerce	2011	2012	2013	2014	2015
Crecimiento %	0,172	0,147	0,165	0,154	0,146
Ventas (Billones)	197,883	226,878	264,279	298,256	341,828
Penetración Digital	0,703	0,716	0,73	0,744	0,756

Fuente: US Commerce Department.

Retail	Total	ecommerce	%
Q1 2015	1.158,391	80,569	7,0%
Q2 2015	1.174,967	84,217	7,2%
Q3 2015	1.185,330	87,588	7,4%
Q4 2015	1.186,748	89,454	7,5%
Q1 2016	1.183,863	92,801	7,8%

Fuente: US Commerce Department.

Desglosamos a continuación la actividad entre los principales subsectores.

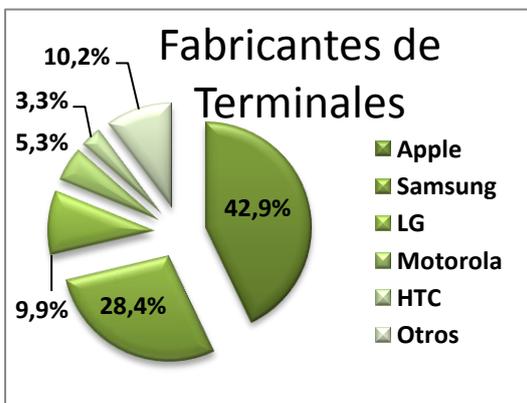
Hardware.

Estados Unidos, desde los inicios de boom de las TIC en el mundo se ha posicionado como líder en la fabricación y desarrollo de este tipo de productos, compañías como HP, Dell, IBM o Appel han monopolizado el sector desde sus inicios.

Año	Ingresos (Mill USD)	Empresas	Export (Mill USD)	Import (Mill USD)
2012	10.308,3	377	8.429,9	64.826,4
2013	10.242,2	365	8.395,5	62.560,7
2014	10.293,3	358	8.756,5	60.292,3
2015	10.375,5	351	9.474,5	59.025,4
2016	10.468,9	341	9.422,0	57.431,8
2017	10.332,8	335	4.196,2	59.212,1
2018	10.084,8	329	8.824,2	61.284,6
2019	9.873,0	322	8.441,4	63.797,2
2020	9.626,2	318	8.191,9	66.668,1

Fuente: Ibisworld.

Como ya hemos mencionado el subsector viene marcado por el proceso deslocalizador de la producción. Dentro de la producción estadounidense, hemos de destacar el sector de terminales de mayor crecimiento de los últimos años, los *Smartphones*, que representan el 7,5% de la industria de equipos de comunicación (GPS, radiocomunicación, telefonía, televisión, etc.), lo cual encarna una importante progresión anual, unos 201,03 millones de ciudadanos estadounidenses poseen en uso este artículo cuyas proyecciones de aumento crecen año a año.



Fuente: Informe mensual ComScore. Diciembre 2015.

Software.

Su gran diversidad funcional hace que hablemos de uno de los subsectores de menor concentración del campo de las TICs. Si bien de manera global podemos concluir que en conjunto es uno de los ámbitos de mayor dinamismo económico del país ya sea en ámbitos de desarrollo de software, consultorías TICs especializadas, desarrollo de aplicaciones y videojuegos, servicios formativos, gestión de bases de datos, etc.

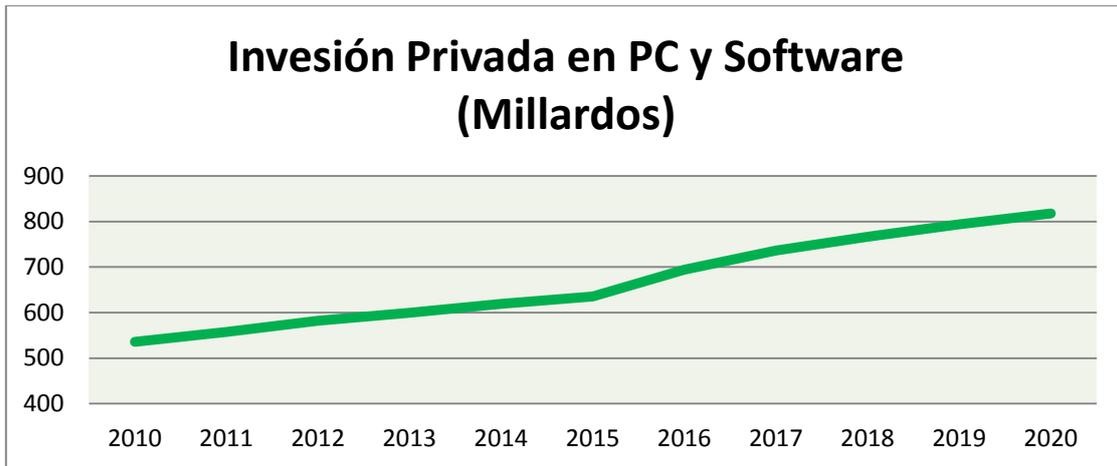
Año	Ingresos (Mill USD)	Empresas
2012	172.152,6	7.166
2013	181.184,6	7.029
2014	187.826,9	6.981
2015	196.103,4	6.841
2016	204.416,5	6.821
2017	211.587,8	6.716
2018	216.247,1	6.670
2019	221.568,2	6.573
2020	226.849,5	6.533

Fuente: Ibisworld.

La industria ha crecido alrededor del 4,4% interanual desde el 2012, y las previsiones son de seguir aumentando al menos al 3% anual. Pese a los problemas derivados de la piratería, espionaje o reproducción de propiedad intelectual, mantiene la senda de crecimiento y liderazgo que ha caracterizado al país en las últimas décadas. Altamente reseñable ha sido la irrupción del Cloud-Computing como formato operacional de mayor proyección.

El número de empresas tiende a disminuir, existen una importante integración vertical en el sector, las grandes empresas están habituadas a adquirir empresas innovadoras, de hecho, las 3 mayores compañías del mercado (IBM, Oracle y Microsoft) presentan este tipo de políticas.

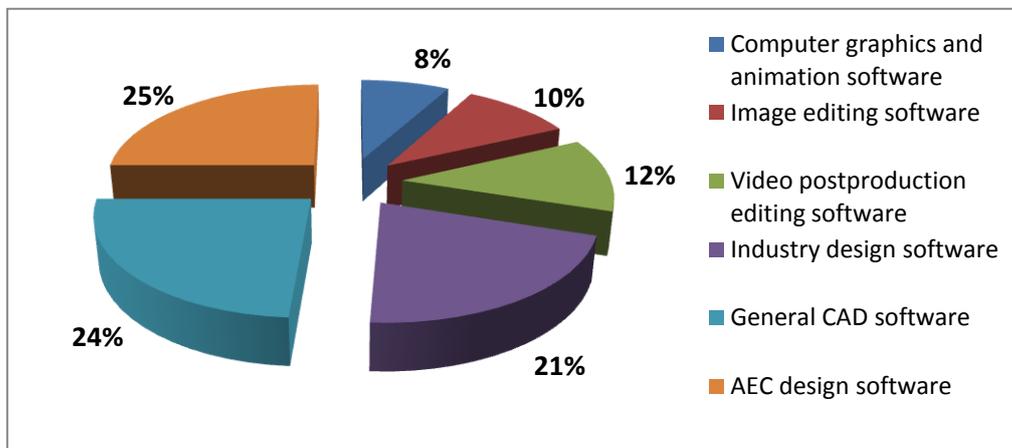
El buen desarrollo del sector se ha venido sustentando por la creciente demanda, fruto de la importante inversión privada cuyas ratios no paran de aumentar años a año, se espera así, que hasta 2020, la apuesta privada por este tipo de inversión presenta datos de entorno al 5,2% de aumento anual.



Fuente: Ibisworld.

Más allá de los habituales campos de la gestión de datos y la programación y desarrollo de software empresariales, cuya implantación y desarrollo en el mercado es tradicionalmente alta, la nomenclatura norteamericana (North American Industry Classification System – NAICS) incluye de manera pormenorizada los campos más específicos de sistemas de diseño y edición, videojuegos y seguridad de manera individualizada, destacando igualmente la importancia de estos 3 mercados dentro de la industria software del país.

Cuotas del productos del mercado.



Fuente: Ibisworld.

Como muestra el gráfico anterior, este campo, que ha venido creciendo de manera estable año tras año por encima del 3%, se ha basado en los aumentos de demanda principalmente de software de gestión de diseño asistido y ciclo de vida del producto. De forma que pese al desplome de la industria de la construcción como principal cliente de este tipo de productos en 2008, la industria se ha recuperado superando los 10.000 millones de USD de ingresos anuales.

El videojuego por su parte ha protagonizado una de las grandes revoluciones en la industria de los últimos años, este boom se ha asociado en gran medida con la irrupción de Smart-tv y Smartphone, lo cual ha catapultado el sector como uno de los líderes del campo de las TICs y

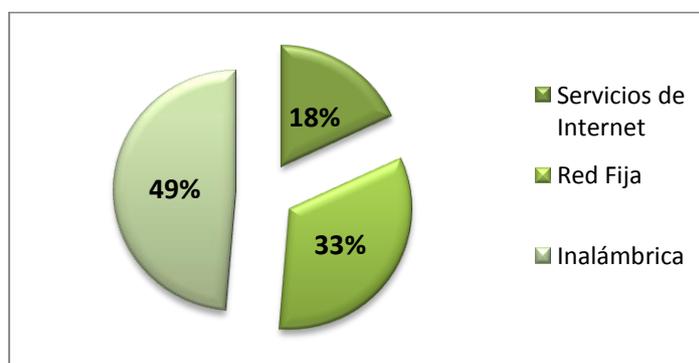
del entretenimiento en general, presentando cifras de crecimiento interanual que superan el 5% y cuyas previsiones son de seguir con esta senda.

Esta proliferación de recursos online ha hecho que la seguridad sea uno de los temas cuya importancia ha ido en auge estos últimos años, este sector crece a un ritmo de aproximadamente el 3,4% interanual. Con empresas a la cabeza como Check Point Software Technologies, McAfee y Sysmantech Corp, si bien la proliferación de startup y la lenta adaptación de las grandes compañías diversifica considerablemente el mercado.

Telecomunicaciones.

Este sector, como ya se ha mencionado, presenta una importante encrucijada donde el sector tradicional de telefonía fija pierde presencia frente a los nuevos servicios inalámbricos.

Distribución de las cuotas de facturación 2015.



Fuente: EBSCO Publishing.

Es cierto que la red fija sigue siendo el soporte principal para el establecimiento del resto de operaciones, siendo una de las principales apuestas de este tipo de compañías las ampliación y mejora de la red de fibra óptica, si bien el aumento de este tipo de operaciones de conexiones a internet y asociados, cuyas previsiones lo sitúan en un aumento del 3% anual, no llega a compensar los retrocesos de los servicios de voz frente a la red inalámbrica móvil.

Principales empresas del mercado estadounidense:

- Apple
- Samsung
- LG
- Motorola
- HTC
- Microsoft
- IBM
- Oracle
- SAP
- EMC
- Dassault Systems
- Autodesk
- Adobe Systems
- Nintendo
- Sony
- Blizzard
- Electronic Arts
- Check Point Software Technologies
- McAfee
- Sysmantech Corp
- Sprint Nextel
- Deutsche Telekom
- AT&T
- Verizon
- CenturyLink
- Amazon

3.2. CARACTERÍSTICAS SECTOR TIC. FLORIDA.

Centrándonos en la situación específica de Florida, el entorno del Estado presenta un prolífico sector que engloba a más de 27.000 empresas con **especial concentración en la zona de la bahía de Tampa, Miami u Orlando**, ocupa así el 3º lugar nacional por número de empresas de esta categoría.

Específicamente, por rubros tenemos la siguiente distribución.

Descripción	Establecimientos	Empleados
Software	15.028	95.096
Equipamiento óptico y fotónico	63	1.025
Digital Media	4.120	12.559
Equipos	121	459
Servicios	3.999	12.100
Telecomunicaciones	7.434	96.811
Equipos	359	8.809
Servicios	7.075	88.002
Manufactura electrónica	817	31.761
Ordenadores y periféricos	100	2.368
Semiconductores	86	7.038
Componentes micro-electrónicos	254	8.927
Otros componentes de precisión	377	13.428
TOTAL TIC	27.462	237.252

Fuente: Bureau Labour Statistics 2015

En concreto **la ciudad de Miami está considerada el centro neurálgico y nexo tecnológico del país con el continente latinoamericano**, como sede de importantes empresas como Microsoft-Latinoamérica o Telefónica USA, así mismo empresas como Apple o Facebook han abierto oficinas regionales en la ciudad.

Esta zona es clave en el devenir de la industria norteamericana, dando sede a importantes empresas de la lista Fortune 500, así se conforma como un foco de atracción de inversores que buscan nuevas ideas y oportunidades innovadoras de negocios, muestra de ello es la Feria *Emerge Américas* que celebrará su 4 edición en 2017 y se ha convertido en eje activador de Miami como la nueva Silicon Beach.

Miami está ejerciendo el efecto escaparate para empresas hacia Latinoamérica y se generan un gran número de leads comerciales.

Las ventajas fiscales y los costes de vida menos elevados que en Silicon Valley, Boston o New York conforman un entorno propicio para estas empresas que gracias a la computación en la nube disminuyen los costes de reubicación. Adicionalmente un sistema educativo implicado

EE.UU (Florida)

en este proceso sienta las bases del crecimiento de este foco de innovación estadounidense (University of Miami, Florida International University o Miami Dade College).

Concretando el campo estrictamente empresarial, como se ha mencionado anteriormente, la tendencia institucional del mercado toma una doble vertiente:

- Por un lado la deslocalización de la producción del hardware hacia zonas de menores costes labores y cercanía a los productores se semiconductores (China, México, Tailandia o Vietnam)
- y, por otro lugar, la tendencia a la concentración de los entes innovadores, es decir, la creación de espacios de coworking y generación de ideas donde la proliferación de inversores e incubadoras de negocios favorecen la implantación y concentración de startups.

En el país ha seguido el concepto de éxito continuado que durante muchos años ha tenido lugar en zonas tan emblemáticas como Silicon Valley, cuyo modelo se ha expandido al Estado de Florida haciendo de ciudades como Miami o el Valle de Tampa los nuevos centros de innovación de mayor proyección del país.

A pesar de esta propensión hacia la creación e inversión en nuevas ideas y empresas, la concentración del mercado sigue siendo muy elevada, fruto de las estrategias compradoras de las grandes compañías que aumenta su portfolio de productos tradicionalmente a través de adquisiciones constantes.

Presentamos asimismo algunas de las empresas del ámbito TIC presentes en el Estado objetivo de Florida, donde resalta sobre el resto la figura de grandes empresas españolas con sede en el mismo, cuya imagen y presencia han favorecido la proliferación de otras empresas de origen español del sector, impulsadas por las sendas de estas grandes corporaciones. En este caso encontramos a TELEFÓNICA, INDRA O TECNOCOM.

Empresas españolas TIC establecidas en el Estado de Florida.

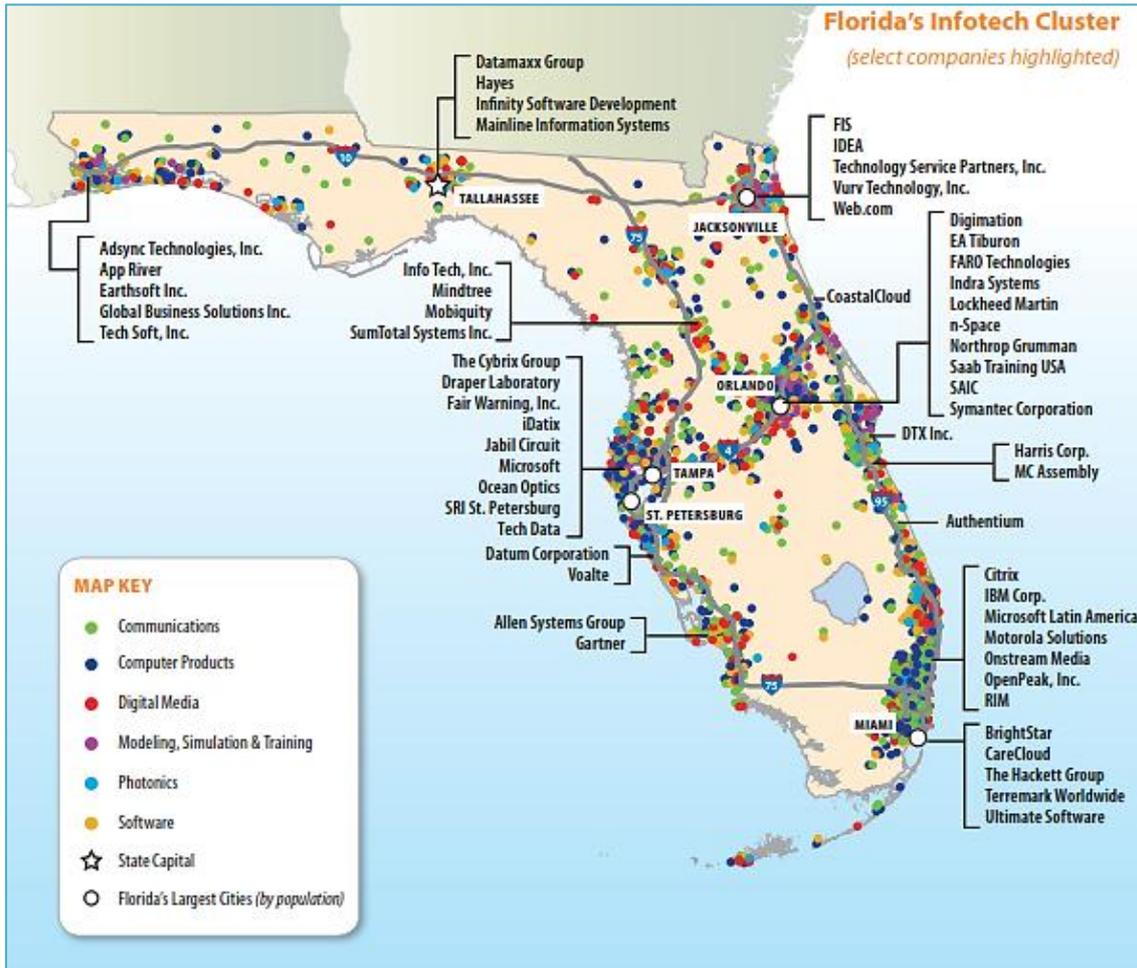
EMPRESA	SECTOR	WEB
AEQ BROADCAST INTERNATIONAL INC	ELECTRÓNICA E INFORMÁTICA / INSTRUMENTACIÓN CIENTÍFICA Y TÉCNICA	www.aeqbroadcast.com
AFINA SYSTEMS INC	SERVICIOS INFORMÁTICOS	www.afina.es
AGENCIA EFE	SERVICIOS DE COMUNICACIONES AUDIOVISUALES	www.efenews.com
AIRZONE USA CORPORATION	ELECTRÓNICA E INFORMÁTICA	www.airzoneusa.com
ATM BROADCAST AMERICA LLC	SERVICIOS AUDIOVISUALES Y FOTOGRÁFICOS	www.atm-es.com
AURA PORTAL CORPORATION	SERVICIOS INFORMÁTICOS	www.auraportal.com
BAIBUK INC	SERVICIOS INFORMÁTICOS Y EDITORIALES	www.baibuk.com
CIMA TELECOM USA	SERVICIOS DE COMUNICACIONES	www.cimatelecom.com/
DAS AUDIO OF AMERICA	MAQUINARIA Y MATERIAL ELÉCTRICO	www.dasaudio.com
DISA AMERICA LLC	ELECTRÓNICA E INFORMÁTICA / DISTRIBUCIÓN, COMERCIAL	www.disashop.com
GUDYMAIL-PONCE TECHNOLOGIES LLC	ELECTRÓNICA E INFORMÁTICA / AUDIOVISUAL	www.gudymail.com

HEMASOFT AMERICA CORPORATION	SERVICIOS INFORMÁTICOS	www.hemasoft.com
HISPAVISTA USA INC	SERVICIOS INFORMÁTICOS / SERVICIOS DE COMUNICACIONES	www.corp.hispavista.com
IECISA (INFORMÁTICA EL CORTE INGLÉS US CORPORATION)	SERVICIOS INFORMÁTICOS / TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y DE LAS TELECOMUNICACIONES	www.iecisa.com
INDRA USA	SERVICIOS DE GESTIÓN DE PROYECTOS	www.indracompany.com
INTERMAS NETS USA INC	ELECTRÓNICA E INFORMÁTICA	www.intermasgroup.com
KONIK INSTRUMENTS INC	ROBÓTICA	www.konik-group.com
LIBELIUM INC	TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y DE LAS TELECOMUNICACIONES	www.libelium.com
LLEIDA.NET USA INC	SERVICIOS DE COMUNICACIONES	www.lleida.net
MYCLOUDDOOR CONSULTING INC	INFORMÁTICA SOFTWARE	www.myclouddoor.com
MYSAASPLACE LLC	SERVICIOS INFORMÁTICOS	www.mysaasplace.com
NEXT CONSULTING GROUP INC	SERVICIOS INFORMÁTICOS	www.nextcg.com
OPTENET INC	SERVICIOS INFORMÁTICOS	www.optenet.com
OST GLOBAL CORPORATIO	SERVICIOS DE COMUNICACIONES	www.ostglobalcorp.com
PANAMERA GROUP	TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y DE LAS TELECOMUNICACIONES	www.pandasecurity.com/usa
PROACTIVANET	SERVICIOS INFORMÁTICOS	en.proactivanet.com
PROTECMEDIA CORP	SERVICIOS INFORMÁTICOS	www.protecmmedia.com
QUANTICA COMMUNICATION LLC	SERVICIOS DE COMUNICACIONES	www.quantiacomunicacion.com
TECNOCOM USA INC	TECNOLOGÍA DE LA INFORMACIÓN Y DE LAS TELECOMUNICACIONES	www.tecnocom.es
TEL DAT CORPORATION	ELECTRÓNICA E INFORMÁTICA	www.teldat.com
TELEFONICA INTERNACIONAL	SERVICIOS DE COMUNICACIONES	www.telefonica.com
TERRA NETWORKS OPERATIONS INC	SERVICIOS INFORMÁTICOS	www.terra.com
WEBLOGS	SERVICIOS DE INFORMACIÓN	www.weblogssl.com

Fuente: ICEX.

Florida, como concluimos en epígrafes anteriores es sede de más de 27.000 empresas de este tipo, con tradicional importancia para las empresas con intereses en Latinoamérica. De esta forma, Florida en general y Miami en particular se erigen como en centro de implantación español en EEUU, con unas 313 empresas en el Estado, y un promedio de creación de 20 al año, PYMEs la mayoría de ellas.

Mapa empresarial TIC de Florida.



Fuente: Enterprise Florida.

4. POLÍTICAS Y LINEAS ESTRATÉGICAS TIC.

4.1. POLÍTICAS Y LINEAS ESTRATÉGICAS ESTADOS UNIDOS.

Estados Unidos es tradicionalmente un país poco intervencionista, paradigma de la economía pura de mercado, por lo que el énfasis legislador es históricamente mucho menor que en otras zonas del planeta, dejando mayores cuotas de actuación a la libre práctica empresarial.

De cualquier manera, el Departamento de Estado presenta un **Plan Estratégico de la Tecnologías de la Información de manera trianual (Actualmente: 2014-2016)**, para el seguimiento, implantación y control de sus objetivos internos de la propia red institucional. Si bien al tratarse de un sector de índole transversal sus especificaciones relacionadas con otras

áreas económicas (Estrategia de Salud, Educación, etc.) pueden concretarse y ser desarrolladas dentro de otros ámbitos de actuación.

IT Strategic Plan 2014-2016:

<http://Www.State.Gov/Documents/Organization/220034.Pdf>

La **oficina ejecutiva del Presidente sobre los efectos de la ciencia y la tecnología** en los asuntos nacionales e internacionales es la “Office of Science and Technology Policy” creada en 1976, tiene como objetivos generales:

- Asegurar las inversiones federales en la ciencia y la tecnología.
- Dinamizar y fomentar los programas de gobierno de la ciencia y la tecnología.
- Sustener las relaciones profesionales y científicas entre los principales entes.
- Generar una plantilla de asesoramiento científico y técnico para las políticas, planes y programas del Gobierno Federal.

En concreto la presente administración presenta un remarcado interés por el desarrollo de las infraestructuras de intercomunicaciones para la mejora TIC y el aseguramiento de entorno digital del país principalmente enfocado en las áreas de tecnología inalámbrica 4G, acceso generalizado a internet de banda ancha, red eléctrica general y modernización del sector salud.

Destacando 13 puntos de actuación:

- Ciber-seguridad y política de internet.
- Un sistema de patentes modernizado.
- Comercialización de la tecnología (*Lab to Market*).
- Infraestructura digital para el siglo 21.
- Gobierno abierto y responsable.
- Tecnologías para el aprendizaje.
- Manufactura avanzada.
- Robótica.
- Fortalecimiento de la figura del Director Federal de Informática.
- Iniciativa de datos abiertos.
- Colaboradores presidenciales de innovación.
- Director de tecnología de EE.UU.
- Iniciativa “*TechHire*” (formación para empleo TIC).

Hitos legislativos TIC:

Aportamos de manera adicional una selección de los principales hitos legislativos del país en los últimos años, con relevancia para el sector TIC, de forma que representan un enfoque global del marco legislativo de este destino.

- Presupuesto de TI (2016).
https://www.whitehouse.gov/sites/default/files/omb/assets/egov_docs/omb_presidents_it_budget_for_fy_2016_summary_chart.pdf
- Reporte de Iniciativas de Gobierno Abierto (2014).
https://www.whitehouse.gov/sites/default/files/omb/assets/egov_docs/fy14_omb_report_to_congress_on_the_benefits_of_e-government_initiatives.pdf
- Ley de Modernización de Seguridad de Información Federal (2014).
<https://www.congress.gov/113/plaws/publ283/PLAW-113publ283.pdf>
- Orden Ejecutiva 13636 – Ciberseguridad (2013).
<https://www.whitehouse.gov/the-press-office/2013/02/12/executive-order-improving-critical-infrastructure-cybersecurity>
- Ley Federal de Gestión de Seguridad de la Información (2002).
<https://www.gpo.gov/fdsys/pkg/PLAW-107publ347/pdf/PLAW-107publ347.pdf>
- Ley de Gobierno Electrónico (2002).
<https://www.gpo.gov/fdsys/pkg/PLAW-107publ347/pdf/PLAW-107publ347.pdf>

El ente principal de gobierno federal que rige el sistema interno informático es la **“Office of E-Government and Information Technology”**, dependiente del “Government’s Chief Information Officer”, teniendo como principal objetivo el de desarrollar y proporcionar orientación en el uso de tecnologías basadas en la informática e internet para que sea más fácil para los ciudadanos y las empresas interactuar con el Gobierno Federal.

Para consultar legislación adicional visitar la web: <https://www.congress.gov/>

4.1. POLÍTICAS Y LINEAS ESTRATÉGICAS FLORIDA.

El Estado de Florida presenta como principal instrumento rector de su política de desarrollo su Plan Estratégico para el Desarrollo Económico. **The Florida Strategic Plan for Economic Development:**

<http://www.floridajobs.org/office-directory/division-of-strategic-business-development/florida-strategic-plan-for-economic-development>

El plan presenta 4 estrategias principales:

- Fortalecer la colaboración y la alineación estatal, regional y local hacia una visión económica global.
- Desarrollo e implementación de una estrategia de desarrollo estatal hacia una estrategia regional de Clústers de talento y la innovación utilizando las mejores prácticas globales.

- Reforzamiento de las regiones económicas de Florida y recursos conectados a través de las regiones para construir una Florida globalmente competitiva.
- Posicionamiento de Florida como un centro mundial de comercio, visitantes, talento, innovación e inversión.

Específicamente, en el plano exclusivo de las TICs, el Estado se autoabasteció en 2014 de una **agencia estatal de tecnologías (Agency for State Technology)** para la supervisión de los principales proyectos de la Dirección de Información de Florida, gestionando unos 73 millones de USD al año cuyas funciones principales son:

- Desarrollo e implementación de estándares de arquitectura de TIC estatal.
- El establecimiento de la gestión de proyectos de TIC y sus estándares de supervisión.
- Supervisión de proyectos en los proyectos con costes iguales o superiores a 10 millones de USD.
- Proporcionar la gestión operativa y el control del centro de datos de Estado.
- Identificación de oportunidades para la estandarización y consolidación de los servicios TIC.

5. PRINCIPALES ACTORES DEL SECTOR TIC.

5.1 ENTIDADES PÚBLICAS.

Presentamos seguidamente a los principales organismos sectoriales de índole público, focalizados en el Estado de Florida, cuya relevancia normativa, reguladora, ejecutora o de promoción del sector de las tecnologías cobra especial importancia.

Enterprise Florida, Inc.

<https://www.enterpriseflorida.com/>

Asociación Público-Privada para el desarrollo económico de la región, a través de la promoción de la inversión privada y el desarrollo empresarial.

National Association of CIOs (Chief Information Officer).

<http://www.nascio.org/>

La figura estatal del “Chief Information Officer”, se conforma como el principal agente TIC público de cada Estado, de manera que presenta los roles de:

- Crear los lineamientos de las inversiones TIC.
- Proporcionar dirección estratégica y una arquitectura empresarial para el gobierno Estatal.
- Habilitar la normalización y la consolidación de la infraestructura de TIC.
- Establecer normas y políticas para la eficiencia y consistencia de las operaciones.
- Educar e informar a los líderes políticos.
- Crear y nutrir una comunidad TIC de funcionamiento cohesionado.
- Traer la experiencia tecnológica para mejorar el Gobierno.
- Promover la innovación y la experimentación para llevar las capacidades innovadoras al Gobierno.

Esta asociación nacional crea un marco común para la conformación de un marco global de las diferentes estrategias y experticias regionales en la materia.

Desde 2014 el cargo del estado de Florida de CIO está en manos de Jason M. Allison.

Florida Agency for State Technology (AST).

<http://www.ast.myflorida.com/>

Órgano dependiente de la “Florida's Chief Information Officer”, como se menciona en el punto anterior es un ente de reciente creación (2014) siendo el principal órgano de dirección e implementación de los proyectos TIC de la administración pública estatal, manejando su propio presupuesto anual.

Florida Technology Council.

<http://www.fltechcouncil.com/>

Agencia estatal independiente para el desarrollo de las TICs, coordinando las necesidades de las empresas del Estado con las políticas aplicables.

5.2 ENTIDADES PRIVADAS.

Bajo un mismo enfoque, presentamos las principales organizaciones de índole privado, cuya relevancia en el sector TIC ha demostrado de mayor intensidad.

The South Florida Technology Alliance (SFTA).

<https://www.southfloridatech.org/>

Asociación tecnológica del sur de Florida que actúa en representación institucional de la industria defendiendo sus intereses y realiza numerosos eventos para networking.

Manufacturers Association of Florida.

<http://www.mafmfg.com/>

Asociación que aglutina a diferentes sectores de la industria manufacturera, con cierta participación de la industria hardware y fabricación de la industria aeronáutica.

North Central Florida Chapter of the Association of Information Technology Professionals.

<https://www.aitp.org/>

Asociación de profesionales de las tecnologías de la información estatal, tiene especial incidencia en las TICs para la educación y el conocimiento.

Telecommunications Association of the Southeast.

<http://www.telse.org/>

Asociación que actúa en representación del mercado de las comunicaciones de toda la región del suroeste del país. (Florida, Alabama y Mississippi)

Florida High Tech Corridor.

<http://www.floridahightech.com/about>

Iniciativa de las principales universidades tecnológicas del Estado para la promoción de sectores como la industria aeroespacial, el entorno digital, el progreso de aparatos ópticos y fotónicos así como tecnologías médicas.

Florida Cable Telecommunications Association.

<http://www.cableinflorida.com/>

La asociación actúa como el principal clúster de las empresas de cable del Estado.

Software & Information Industry Association (SIIA).

<http://www.sii.net/>

Principal asociación nacional del software y la industria digital. Conformar un importante grupo de presión tanto estatal como federal en este tipo de políticas.

Association of Software Professionals (ASP).

<http://asp-software.org/www/>

Comunidad nacional de profesionales de la programación software.

Business Software Alliance (BSA).

<http://ww2.bsa.org/>

Asociación comercial sin ánimo de lucro creada para defender los objetivos del sector de software y de sus socios de hardware. Es la organización más destacada dedicada a fomentar un mundo digital seguro.

Entertainment Software Association (ESA).

<http://www.theesa.com/>

Esta asociación se dedica en exclusiva a la defensa de los intereses de las empresas del campo del entretenimiento digital.

Business Technology Association (BTA).

<http://www.bta.org/>

Asociación que aglutina a agentes de la práctica totalidad de la cadena de producción tecnológica. Una de las asociaciones de mayor tradición en el país.

The Information Technology Industry Council (ITI).

<http://www.itic.org/>

Organización tecnológica con vocación internacional, pretender ser el principal foro de innovación internacional.

Team Orlando.

www.teamorlando.org/

Conglomerado de diseño gráfico, simulación y entrenamiento de índole militar.

6. INVERSIÓN. PRINCIPALES PROYECTOS.

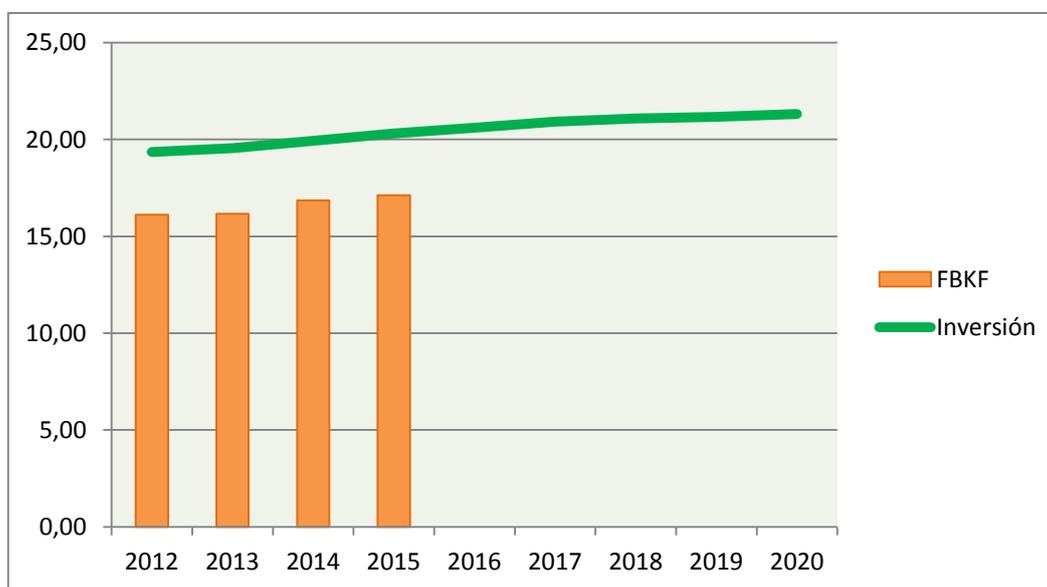
La propensión al gasto tecnológico de un país es uno de los principales indicadores de voluntad social y política de una nación para alcanzar cuotas aceleradas de desarrollo TIC. Estos datos se complementan con la evolución del clima de inversión extranjera, mostrando las tendencias de confianza internacionales en este sector.

6.1. DATOS DE INVERSIÓN ESTADOS UNIDOS.

A continuación presentamos las gráficas de las evolución y previsiones de inversión estadounidenses. De esta forma se dibuja un país donde la formación de capital es de gran importancia para el desarrollo industrial del mismo.

No hay que olvidar que Estados Unidos ha basado su evolución en la inversión privada, con una economía con buenas dosis de desigualdad económica (Siendo 41,1 su Índice de Gini en 2013), de manera que las grandes fortunas han prosperado a través de la realización de grandes inversiones de capital en el país.

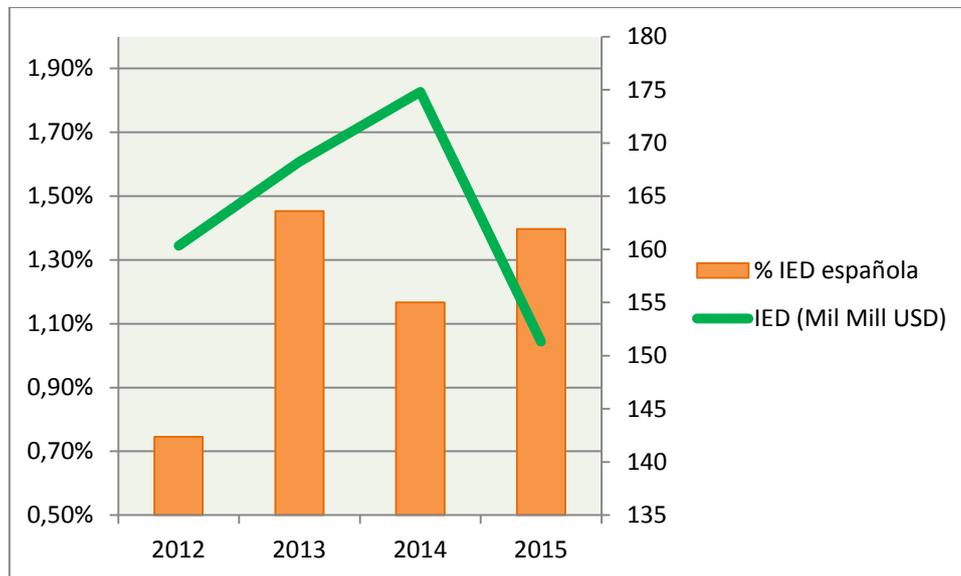
Inversión total y Formación Bruta de Capital Fijo como % del PIB.



Fuente: Banco Mundial/Fondo Monetario Internacional.

Como se puede observar, existe una importante propensión al aumento de los montantes inversores del país, cuyas presiones marcan una senda creciente años tras año. Siendo la Formación Bruta de Capital Fijo el principal componente de la atracción de capitales nacionales hasta fecha de hoy.

Con respecto a la inversión exterior, su evolución muestra un flujo muy desigual, si bien, podemos concretar que para el caso español, este destino parece mostrar un camino creciente, siendo destino prioritario para cada vez más empresas nacionales.



Fuente: Bureau of Economic Analysis.

6.2. PRINCIPALES PROYECTOS.

La “Office of Science and Technology Policy” presenta una serie de iniciativas que cubren diferentes programas y proyectos de implantación del sector de ciencia, tecnología e innovación resumidas en:

- La mejora de la Ciencia, Tecnología, Ingeniería y Matemáticas (STEM): Educación.
 - Digital Promise: Asociación público-privada para la aceleración de la innovación educacional.
 - Educate to Innovate.
 - Nation of Makers: Fortalecimiento de la mano de obra y la creación americana de productos TIC (Software, Impresoras 3D, contadores laser, etc.).
- Ampliar la participación en STEM.
 - Tech Inclusion Initiative.
- El refuerzo de la fibra laboral STEM.
 - IT Training and Certification Partnership.
 - Warriors for Wireless: promoción de empleo para veteranos en el sector de las telecomunicaciones.
- Combatir el cambio climático.
 - Clean Energy Investment Initiative.
- La promoción de sistemas de datos abiertos (Gobierno, ciencia, etc.).
 - My Data.
 - Open Data.
 - Open Government.

- Open Science.
- Presidential Innovation Fellows.
- Tech for Disaster Response.
- Tech vs. Trafficking.
- Ciencias aplicadas básicas y avanzadas.
 - Big Data Research and Development Initiative.
 - National Nanotechnology Initiative.
 - Strategy for American Innovation.
- Estímulos a la innovación.
 - Advanced Manufacturing: Promoción y aumento de la inversión en innovación.
 - Grand Challenges: Identificación de los grandes desafíos TIC con involucración del sector privado.
 - Incentive Prizes.
 - Innovation for Global Development.
 - Lab to Market: Traducción de los más de 140 millones de USD invertidos en innovación anual del gobierno federal en elementos de mercado.
 - National Robotics Initiative.
 - Smart Cities.
 - Space Policy: Incluye la colaboración entre NASA y empresas privadas para misión tripulada a Marte.
 - Startup America.
 - US Ignite Partnership.
- Seguridad nacional y constitución de asociaciones internacionales.
 - Protecting National Security.
 - Working with International Partners.
- Empleo de la experiencia Estadounidense.
 - The National Science and Technology Council.
 - The President's Council of Advisors on Science and Technology (PCAST).

Para consultar el presupuesto asignado histórico, presente y futuro año fiscal consultar:

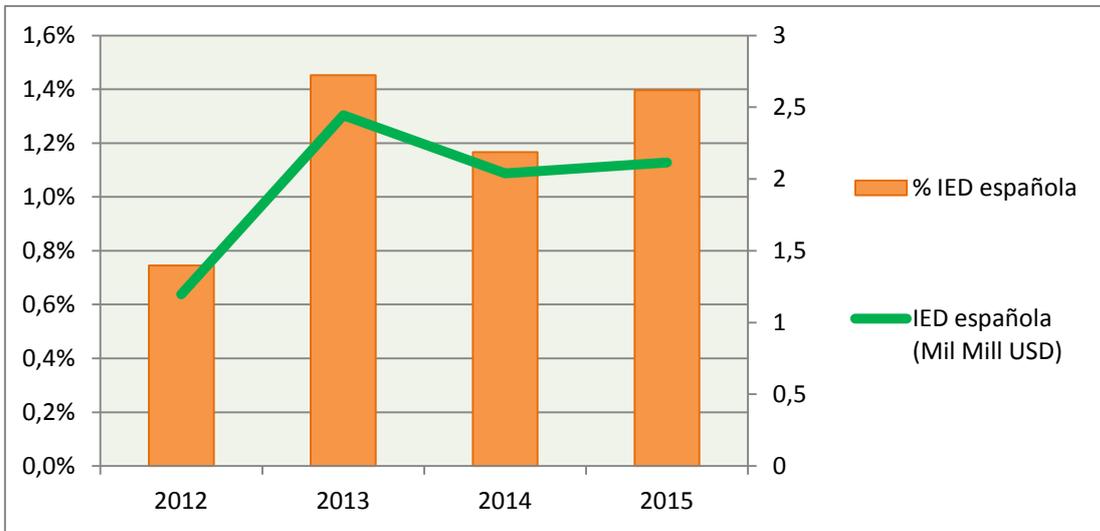
<https://www.whitehouse.gov/administration/eop/ostp/rdbudgets>

6.3. DATOS DE INVERSIÓN ESPAÑOLA EN ESTADOS UNIDOS.

Como se ha mencionado, la evolución de las inversiones en Estados Unidos han tenido un comportamiento desigual.

El caso de las inversiones españolas no es una excepción, puesto que en el último periodo ha intercalado periodos de intenso crecimiento con desaceleraciones en los montantes totales, de cualquier forma, podemos concluir que el grueso de la inversión con procedencia española ha ido aumentando, de forma que para el total de periodo 2012-2015 la inversión ha crecido

en un 77% aproximadamente, con unos montantes que anualmente presentan un promedio anual del +30%.



Fuente: Bureau of Economic Analysis.

Es cierto que los flujos de inversión españoles presentan cuotas pequeñas con respecto a los orígenes de mayor propensión histórica, aun así el promedio anual se sitúa ya por encima de 1,2% habiendo aumentado 0,65 puntos porcentuales para el total del periodo 2012-2015 llegando a suponer el 1,40% al final del mismo.

7.IMPLANTACIÓN EN EL PAÍS. ASPECTOS A TENER EN CUENTA.

Estamos ante uno de los entornos más proclives a la formación y creación de empresas, de tal forma que el gobierno estatal de Florida pone a disposición del usuario a través del Link (<http://www.myflorida.com/taxonomy/business/starting%20a%20business%20in%20florida/>) una guía completa de trámites y requisitos para la implantación y creación de una empresa dentro de este territorio.

7.1. TIPOS DE SOCIEDADES.

Estados Unidos no presenta una legislación común mercantil unificada para el territorio del país, sino que son los Estados de manera individualizada quienes establecen la normativa de sociedades. Una vez constituida la sociedad podrá operar en todo el entorno del país sujeta a las leyes de su Estado de constitución (ha de presentar en cada estado de actuación, ante la oficina correspondiente del Secretario de Estado, su Documento de Constitución además de los documentos correspondientes y abonar una tasa anual).

Existen tres tipos principales de sociedades:

- **Sole Proprietorship:** 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.
- **Partnership:** Surge cuando dos o más individuos son propietarios del negocio. La responsabilidad ante las obligaciones puede ser limitada o ilimitada.
- **Corporation:** Entidad jurídica independiente de sus accionistas.

Estos tipos además se dividen en otros subtipos dejando el siguiente mapa societario general:

- **Corporation C o S:** Sociedad Anónima.
- **General Partnership:** Sociedad Colectiva.
- **Limited Partnership:** Sociedad Comanditaria.
- **Sole Proprietorship:** Propietario individual.
- **Limited Liability Company (LLC):** Sociedad de Responsabilidad Limitada.
- **Joint Venture**
- **Branch:** Sucursal.

En términos generales podemos concluir que no existe un capital mínimo para la constitución de ningún tipo de entidad. Pese a ser recomendable, no es necesario la figura de un abogado para la constitución de la empresa, asimismo no se necesita de la intervención de notario público.

- **Corporation:** Se trata de una organización empresarial con entidad jurídica separada y distinta de la sus accionistas. 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. En el caso de la Corporación S, difiera de la C principalmente en su tratamiento fiscal, ya que no paga impuestos sobre las ganancias corporativas (se transmiten a los accionistas quienes pagan por los beneficios obtenidos de la misma)

- **General Partnership:** Resulta de la asociación de dos o más personas o entidades, cuya principal característica es que todos los socios tienen responsabilidad ilimitada y responden de manera solidaria a las obligaciones de la empresa. No se requiere un mínimo de capital suscrito por los socios. Es habitual en este tipo de sociedades la redacción de un “*partnership agreement*” o convenio de asociación que delimite los derechos y obligaciones de cada uno.
- **Limited Partnership:** Sociedad cuya responsabilidad es desigual entre los socios, uno socio o más con responsabilidad ilimitada (general partners) personalmente responsables de las deudas, y uno o más con responsabilidad limitada (limited partners) referida a sus respectivas contribuciones de capital y sin participación activa en la misma. Los socios pueden ser personas físicas o jurídicas.
- **Sole Proprietorship:** Es el tipo de sociedad básico y el más recomendable para el inicio de una actividad empresarial a pequeña escala. Hablamos del empresario autónomo, responsable personalmente de todas las obligaciones.
- **Limited Liability Company (LLC):** Las LLC son sociedades jurídicamente jóvenes, (aparecen en la década de los 90s). Son estructuras empresariales muy flexibles, en cuya organización se incurren en mayores gastos, pero que presenta interesantes ventajas como la responsabilidad limitada de sus propietarios y la no sujeción al impuesto de sociedades, asimismo, los propietarios pueden deducir las pérdidas de sus declaraciones de renta por ingresos personales.
- **Joint Venture:** Aun no siendo un tipo de sociedad mercantil propiamente dicho, la figura de la Joint Venture ha sido de gran relevancia en este destino. Se trata de una empresa entre dos socios o partes para participar en los beneficios de un proyecto común. La gran mayoría de las Joint Venture hispano-estadounidenses van a suponer la formación de una nueva corporación.
- **Branch:** La sucursal no tiene personalidad jurídica propia, 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 EEUU no tiene que cumplir con todas las formalidades legales que conlleva la constitución de una corporación. El establecimiento es mucho más sencillo debiéndose únicamente gestionar la obtención de una autorización para operar en el estado en que vaya a establecerse. Se exige que se lleven los libros y registros adecuadamente para reflejar con claridad los ingresos impositivos de la sucursal.

A modo de resumen presentamos el siguiente cuadro de características societarios:

Tipo	Corporation	General Partnership	Limited Partnership	Join Venture	Sole Proprietorship	Branch
Personalidad Jurídica	Si	Si	Si	Si	-	No
Capital mínimo	No	No	No	No	No	No
Responsabilidad	Limitada	Ilimitada	Limitada	Según caso	Ilimitada	Sociedad Matriz
Constitución	Formal	Informal	Costosa y Compleja	Según caso	La más simple	Según Matriz

Fuente: Guía ICEX.

La decisión de establecimiento compone una gran magnitud de decisiones que marcaran el devenir empresarial en este destino, por lo que recomendable el asesoramiento específico-legal de un especialista. De cualquier forma aportamos información básica sobre los principales aspectos de la creación de una empresa:

- Razón Social: <http://search.sunbiz.org/Inquiry/CorporationSearch/ByName>
- Estructura corporativa: <http://www.sunbiz.org/filefee.html>
- Registro corporativo: <https://efile.sunbiz.org/onlmenu.html>
- Alta en hacienda: <https://www.irs.gov/>
- Legislaciones básicas de consulta:
 - Requisitos para ser empleador: <http://www.myfloridalicense.com/dbpr/divisions.html>
 - Condiciones de seguridad: <https://www.osha.gov/>
 - Patentes y marcas: <http://www.uspto.gov/>

7.2. PARTICULARIDADES FUNDAMENTALES DEL ESTADO DE FLORIDA.

Este Estado se provee de una organización sin ánimo de lucro de carácter público-privado con el objetivo básico de fomentar el desarrollo económico del Estado de Florida (Enterprise Florida, que reemplazó al Departamento de Comercio de Florida) a través de su oficinas en Madrid, ofrece servicios de asesoría en comercio e inversión, así como asistiendo a las compañías españolas que desean hacer negocios en dicho estado. (www.eflorida.com).

La normativa en materia de fiscal es extensa, diferenciando los impuestos propios del Estado (Estatales, del condado o locales) de los nacionales (Federales)

Por lo general el tipo impositivo habitual para la renta generada por una estructura corporativa (dependiendo del tipo) oscila entre el 15 y el 35%. Adicionalmente, la seguridad social detrae la misma cantidad de la empresa y asalariado sobre el salario bruto, un 6,2% más el 1,45% del llamado *Medicare*, en el caso de autónomos es el 15,3% del 92,35% de los ingresos.

Existen otros impuestos importantes como el de desempleo a cargo de empleadores o sobre los salarios. Consultando el Link (<https://www.irs.gov/>) se encuentran así mismo los tramos correspondientes al impuesto sobre la renta de las personas físicas o patrimoniales.

Específicamente en el caso de Florida (<http://dor.myflorida.com/dor/taxes/corporate.html>) presenta impuestos sobre actividad empresarial y las atribuciones del impuesto sobre el consumo/venta y existen ciertos gravámenes al patrimonio (No existe propiamente un impuesto sobre el patrimonio).

- No existe impuesto estatal sobre la renta.
- El impuesto sobre el beneficio de las empresas presenta exención de 50.000 USD, tipo 5,5% y no se aplica a sociedades de índole de responsabilidad limitada.
- Impuesto general el consumo/venta es 6% (en el ámbito local puede variar entre 0,25 y 1,5% de los primeros 5.000 dólares de venta), por lo general exentos para empresas de nueva creación, así como maquinaria TIC y semiconductores.

Aspectos prácticos Estado de Florida.

Es complicado realizar una recomendación de la forma de entrada a un país/estado determinado ya que, aunque existen diferentes particularidades en cada mercado, que pueden hacer optar por una u otra fórmula, la forma de entrada a un país también depende de las características de la empresa y de la estrategia determinada que tiene.

Así, si la empresa no tiene que fabricar en el exterior o es una empresa de servicios, es conveniente o se puede comenzar por exportación o desarrollo de servicios, pero sin realizar una inversión en el establecimiento en el país de destino. Aunque, en el caso de servicios, no siempre es posible desarrollar el servicio desde España sin presencia local.

Sin embargo, también se puede plantear la opción de la creación de subsidiarias propias o filiales, asumiendo en este caso mayores riesgos y realizando una inversión directa en el extranjero. También se puede pensar, en empresas grandes y con recursos, comprar una empresa local que ya tiene penetración en el mercado y, por tanto, conocimiento y referencias en el mismo.

A la hora de decidir el método más adecuado, se deben comparar las distintas alternativas con relación a los siguientes factores: compromiso de recursos de la empresa, riesgo, grado de control sobre las operaciones y potencial de beneficios. Normalmente en las primeras etapas del proceso de internacionalización, es adecuado que la empresa busque fórmulas de entrada que no impliquen un gran compromiso de recursos y riesgos. Y, en una segunda etapa, cuando ya se conoce el mercado, se afronten mayores riesgos y se inviertan mayores recursos, con el objetivo, también, de incrementar los beneficios.

Sin embargo, si la empresa se plantea la implantación, el Estado de Florida presenta una serie de incentivos financieros cuyo objetivo principal es la **facilitación de la creación de nuevos negocios y la atracción del capital de implantación**. De esta forma existen medidas de apoyo y subvención para transporte de personal, créditos para el fomento de grandes proyectos, protección de PYMEs o facilitadores de financiación, así existen programas cuyos objetivos se

desarrollan por medio de garantías sobre préstamos para PYMEs, fondos de inversión para proyectos de nueva creación o emisión de bonos para financiación de grandes proyectos industriales.

Específicamente en el campo empresarial de las TIC el gobierno de Florida establece una serie de beneficios para las empresas que generen empleos dentro de los campos de alto valor añadido, así practica reembolsos en los impuestos sobre beneficios, sobre ventas e impuestos ad valorem, sobre los bienes personales intangibles, sobre las primas de seguro y algunos otros.

En general Florida es un clima proclive para la creación y desarrollo de negocios de alto valor añadido, y específicamente de las TICs, consideradas un sector capital de alto impacto en la región. Existen gran cantidad de incentivos a valorar para cada caso específico, tomando en consideración temas de empleabilidad, sector específico, tamaño o localización, por lo que para una información más específica es conveniente visitar el Link de la “Enterprise Florida”:

<https://www.enterpriseflorida.com/why-florida/business-climate/>

Es importante indicar que, no asumir un compromiso de inversión, con presencia local, implica no poder utilizar la vía de contratación pública como acceso a oportunidades de negocio.

Como se detalla en el apartado de Contratación pública, una vía interesante para las PYMEs extranjeras de acceder al mercado público americano, es como subcontratista. Por un lado, permite acceder indirectamente al mercado público americano, sin necesidad de cumplir con las exigencias demandadas al contratista principal y, por otro lado, permite familiarizarse con el sistema de contratación pública del Gobierno norteamericano con vistas a participar en el futuro como proveedor directo.

Se pueden encontrar **Recomendaciones de Cómo emprender un negocio en Estados Unidos** en el siguiente enlace del Ministerio de empleo y seguridad social:

<http://www.empleo.gob.es/es/mundo/consejerias/eeuu/trabajar/contenidos/Emprendernegocio.htm>

Se exponen, a continuación, algunos datos orientativos de Plazos y costes de constitución de empresas y fiscalidad y de Costes de vida en Florida:

Constitución de empresa y fiscalidad	% / €
Impuesto de sociedades	18,3 - 40,5 %
IRPF	10 - 39,6 %
IVA	7,00 %
Constitución de sociedad	180,68 €
Capital mínimo	0,00 €
Plazo	1 días
Asesoramiento jurídico medio	1.897,19 €
Convenio de Doble Imposición	Sí

Fuente ICEX.

Laboral y personal expatriado	€
Salario mínimo interprofesional	7,14 € /h
Visado	Sí
Coste visado	2.710,27 €
Tiempo de obtención	90 días

Fuente ICEX

Costes vida – Algunos Conceptos.	Coste orientativo.
Alquiler medio mensual de un apartamento de dos habitaciones en una zona de clase media:	2.216,60\$ (2.000€)
Habitación en un hotel medio noche:	166,25\$ (150,00€)
Billete de metro, autobús o transporte urbano:	2,00\$ (1,80€)
Almuerzo en un restaurante de precio medio:	25,00\$ (22,60€)
Almuerzo de menú:	12\$ (10,80€)
Viaje Madrid – Miami	831,20\$ (750€)
Miami: Taxi aeropuerto – centro de ciudad	70\$ (63,15€)
Factura de teléfono móvil mensual.	30\$ (27,05€)
Internet mensual casa.	25\$ (22,55€)

8. CONTRATACIÓN PÚBLICA ESTADOS UNIDOS - FLORIDA.

El mercado de las compras públicas de EE.UU. mueve una amplia cantidad de recursos año tras año, concentrado principalmente dentro del presupuesto del departamento de defensa.

Debido a sus complejos entramados legales, puede revertir cierta dificultad para el acceso de las empresas extranjeras a este tipo de operaciones. Las compras públicas del Gobierno Federal se regulan por el Sistema de Adquisiciones Federales (FAS), el cual comprende la Ley Federal de Adquisiciones y la Ley de Compras Públicas.

El sistema de país está organizado de en 2 niveles de contratación pública:

- Federal (Central)
- Subfederal (Local): Florida es uno de los Estados que cuenta con oficina de contratación pública propia.

8.1. LEGISLACIÓN APLICABLE.

- Título 41, US Code: Marco general que regula las compras públicas, y establece las líneas generales de la contratación pública.
<http://uscode.house.gov/codification/t41/publiclaw.pdf>
- Federal Acquisition System (FAS): Desarrolla la normativa aplicable del Título 41, US Code. Guía indispensable para todas las agencias federales.
<https://www.acquisition.gov/>
- Office of Management and Budget (OMB): Anualmente se publican los presupuestos ejecutivos del gobierno a través de este departamento.
<https://www.whitehouse.gov/omb>
- Normativas propias de cada agencia.

El mercado de las compras públicas de EE.UU. tiene una serie de peculiaridades que se enumeran a continuación:

- Preferencia por PYMEs: Existen varios programas de preferencia donde se impone legalmente esta disposición. (Para consultar concepto de PYME en EE.UU. www.sba.gov).
- Preferencia de productos y servicios estadounidenses frente a terceros: desglosado en las disposiciones denominadas “Buy America”.
 - En virtud de los acuerdos firmados con la OMC las empresas españolas podrán ser tratadas como nacionales.
- Cualquier empresa que opere en el extranjero y que desee participar directamente en un proceso de contratación pública de una agencia federal, debe registrarse previamente en el SAM (System for Award Management):
<https://www.sam.gov/portal/SAM/##11>

- Tipos de contratos en compras federales:
(<https://www.acquisition.gov/?q=browse/far/16>)
 - Contratos de Precio Fijo (Fixed-Price Contracts).
 - Contratos de reembolso de gastos (Cost Reimbursement Contracts).
 - Contratos de incentivo (Incentive Contracts)
 - Contratos de entrega indefinida (Indefinite Delivery Contracts)
 - Otros contratos (Time and Materials, Labor Hour, Letter Contracts).
 - Acuerdos

8.2. BÚSQUEDA DE OPORTUNIDADES.

- <https://www.fbo.gov/> (licitaciones públicas que superen los 25.000 USD)
- https://www.fpds.gov/fpdsng_cms/index.php/en/
- <http://www.gsa.gov/> (Fuente de suministros centralizada del gobierno)
- http://www.dms.myflorida.com/business_operations/state_purchasing
(Estatal: Florida)

Ejemplos de Licitaciones TIC-Florida Junio 2016. Fuente: <https://www.fbo.gov/>

Opportunity	Agency/Office/Location	Type Sort/ Set-aside Sort	Posted
Legacy Submarine Multi Mission Team Trainer hardware upgrade	Department of the Navy	Combined Synopsis/Solicitation (Modified)	Jun 24, 2016
DRT ENV Cables	Department of the Air Force	Justification and Approval (J&A)	Jun 23, 2016
Various Brand Name Only commercial components for T-45 Windows 10 Upgrade	Department of the Navy	Award	Jun 23, 2016
(Fused Deposition Modeling) 3D Printer	Department of the Air Force	Sources Sought	Jun 23, 2016
Medical Dosimetry System (Brand Name or Equal)	Department of Veterans Affairs	Combined Synopsis/Solicitation / Total Small Business	Jun 23, 2016
QRC Motorola	Department of the Air Force	Sources Sought	Jun 23, 2016
FSS Internet Network Service Upgrade	Department of the Air Force	Combined Synopsis/Solicitation (Modified)	Jun 23, 2016
DF Positioners	Department of the Air Force	Combined Synopsis/Solicitation / Total Small Business	Jun 22, 2016
GBU-58 Paveway II FMS	Department of the Air Force	Presolicitation	Jun 22, 2016
SSHPA SRU's	Department of the Air Force	Solicitation	Jun 21, 2016

Transceiver Kit	Department of the Air Force	Special Notice	Jun 21, 2016
Telemetry Installation	Department of the Air Force	Sources Sought	Jun 21, 2016
Sybase Adaptive Server Enterprise	Department of the Air Force	Combined Synopsis/Solicitation (Modified)	Jun 21, 2016
Bird Aircraft Strike Hazard (BASH) System	Department of the Air Force	Special Notice	Jun 21, 2016
SOCET GXP Software	Department of the Air Force	Sources Sought (Modified)	Jun 20, 2016
Augury Tool Subscription	Department of the Army	Special Notice	Jun 18, 2016
KuSS Warranty Extension	Department of the Air Force	Sources Sought	Jun 17, 2016
Self Contained Communications KITS	Department of the Air Force	Sources Sought	Jun 16, 2016
Microanalysis Filtration Apparatus	Department of the Air Force	Sources Sought	Jun 16, 2016
AUTONOMOUS UNDERWAY PCO2 MEASURING SYSTEM	Department of Commerce	Sources Sought	Jun 16, 2016
Sole Source to Aechelon Technology for pC-Nova Products	Department of the Navy	Presolicitation (Modified)	Jun 15, 2016
Secure Fax Machine	Department of the Air Force	Justification and Approval (J&A)	Jun 15, 2016
ViaSat Maintenance/Repair Services	Department of the Air Force	Sources Sought	Jun 15, 2016
BASH System	Department of the Air Force	Sources Sought	Jun 15, 2016
FIDO X3 Explosives Trace Detection System	Department of the Air Force	Combined Synopsis/Solicitation / Total Small Business	Jun 15, 2016
Doppler Velocity Repair	Department of the Navy	Presolicitation	Jun 15, 2016
Blackboard Licenses	Department of the Air Force	Fair Opportunity / Limited Sources Justification	Jun 15, 2016
Intravascular Ultrasonic Scanning System	Department of the Air Force	Sources Sought	Jun 14, 2016
Flow Cytometry Cost Per Test	Department of Veterans Affairs	Solicitation	Jun 14, 2016
SDV Cables with Drawing	Department of the Navy	Combined Synopsis/Solicitation / Total Small Business	Jun 14, 2016
MatLab Software Renewal	Department of the Air Force	Combined Synopsis/Solicitation (Modified) / Total Small	Jun 13, 2016

Business			
Telemetry Receiving Interface	Department of the Air Force	Sources Sought (Modified)	Jun 13, 2016
Aeronautical Mobile Telemetry Spectrum Efficient Ground Receiver	Department of the Air Force	Sources Sought (Modified)	Jun 13, 2016
Low Noise Amplifier	Department of the Air Force	Sources Sought	Jun 10, 2016
Notice of Intent	Other Defense Agencies	Special Notice	Jun 10, 2016
Analysis Metabolic Samples	Department of Agriculture	Special Notice	Jun 10, 2016
Laser Lab Camera	Department of the Air Force	Award / Total Small Business	Jun 10, 2016
Computer components for T-45 Windows 10 Upgrade	Department of the Navy	Presolicitation	Jun 09, 2016
Notice of Intent to Award	Department of the Air Force	Special Notice	Jun 09, 2016
Syringe Sample Introduction System	Department of the Air Force	Sources Sought	Jun 09, 2016
Bit Synchronizers	National Aeronautics and Space Administration	Combined Synopsis/Solicitation	Jun 09, 2016
Q-Par Slant Antenna	Department of the Air Force	Sources Sought / Total Small Business	Jun 09, 2016
Slant Linear Omni Antenna	Department of the Air Force	Sources Sought / Total Small Business	Jun 09, 2016
UltraWAVE Digestive System Consumables	Department of the Air Force	Combined Synopsis/Solicitation / Total Small Business	Jun 08, 2016
Peristaltic Pumps	Department of the Air Force	Sources Sought	Jun 07, 2016
6 Compunetix Keysets	National Aeronautics and Space Administration	Combined Synopsis/Solicitation	Jun 06, 2016
Circuit Cards for the Seal Delivery Vehicle	Department of the Navy	Combined Synopsis/Solicitation / Total Small Business	Jun 02, 2016
T-Berd 800D Test Set	Department of the Air Force	Combined Synopsis/Solicitation / Total Small Business	Jun 02, 2016
Sybase Renewal	Department of the Air Force	Sources Sought	Jun 02, 2016
Limited Sources Justification and Approval - Refrigeration, air-conditioning & air circulating equipment	Department of the Air Force	Justification and Approval (J&A)	Jun 01, 2016

Fuente: Federal Business Opportunities.

8.3. REQUISITOS PARA PARTICIPAR.

Existen varias opciones para que una empresa extranjera pueda participar en el mercado de contratación pública estadounidense. Algunas de estas opciones son:

- Como **proveedor directo** de las agencias que contratan.
- **Como subcontratista:** Esta modalidad de participación resulta particularmente interesante para las PyMES extranjeras. Por un lado, les permite acceder indirectamente al mercado público americano, sin necesidad de cumplir con las exigencias demandadas al contratista principal y por otro lado, les permite familiarizarse con el sistema de contratación pública del Gobierno norteamericano con vistas a participar en el futuro como proveedor directo.
- **A través de Joint Ventures:** Esta modalidad permite asociarse con empresas estadounidenses con experiencia en el sector de contratación pública. Las ventajas de esta opción son, por un lado un rápido conocimiento del funcionamiento del mercado público, y por otro, poder beneficiarse de la capacidad, credibilidad y experiencia acumulada de la empresa americana.
- **Presencia local:** El establecimiento de una filial en Estados Unidos otorga una serie de beneficios a la empresa en cuestión, pero también requiere realizar inversiones.

8.4. TIPOS DE CONCURSOS.

Los procedimientos de compras son los siguiente:

- **Procedimiento simplificado de compra:** Este tipo de procedimiento está pensado especialmente para compras por debajo de \$100000, y su objetivo es reducir costes administrativos, agilizar el proceso y mejorar las oportunidades de las pequeñas empresas, empresas de veteranos, de mujeres, de personas con alguna discapacidad o empresas en lo que se conoce como HUBZone (Historically Underutilized Business Zones).
- **Procedimiento de oferta cerrada (sealed bidding):** Se trata de un procedimiento competitivo abierto empleado generalmente en compras por valor superior a los \$100000, que se inicia con una Invitation for Bids (IBF). Las empresas interesadas deben remitir sus ofertas cerradas. Estas serán evaluadas según los criterios establecidos en las bases de licitación, siendo el precio y los factores relacionados con el precio, el factor determinante. En este procedimiento no hay discusión sobre las ofertas presentadas. Existen variantes dentro de este procedimiento, ciertamente más complejo que el anterior. Para conocer los detalles consúltese la FAR.
- **Procedimiento negociado de compra (contracting by negotiation):** El procedimiento se inicia con un Request for Proposals (RFP), invitando a las compañías interesadas a que remitan sus ofertas antes de una fecha

determinada. Al contrario que en el procedimiento anterior, de oferta cerrada, las ofertas recibidas no se abren públicamente, y la evaluación de las ofertas se realizan teniendo en cuenta factores y sub-factores incluidos en las bases de licitación. El procedimiento puede realizarse sin discusión, si así se ha indicado desde un principio en las bases, o con discusión, de manera que las empresas participantes puedan revisar sus ofertas (precio, requisitos técnicos...). Después de que se hayan presentado las últimas ofertas revisadas, el contrato se concede a la oferta más ventajosa para el gobierno americano, teniendo en cuenta precio y otros factores que se hayan especificado en las bases.

9. HERRAMIENTAS DE APOYO DE LA ADMINISTRACIÓN ANDALUZA Y ESPAÑOLA EN EL PAÍS.

Existen varias instituciones con diferentes herramientas de apoyo a las empresas andaluzas en su acercamiento al mercado de Florida, tanto a nivel nacional como regional.

APOYO NACIONAL:

Embajada de Estados Unidos en España. <http://spanish.madrid.usembassy.gov/>

Teléfono: 91-587-2200

c/ Serrano 75. 28006. Madrid.

Consulado de España en Miami.

<http://www.exteriores.gob.es/consulados/miami/es/Paginas/inicio.aspx>

2655 Le Jeune Road, Suite 203,

Coral Gables, Florida 33134

Teléfonos: (305) 446-5511; (305) 446-5512; (305) 446-5513

Teléfono desde España: 1 305 446-5511; 1 305 446-5512; 1 305 446-5513

Fax: (1) 305 446-0585

ICEX. Red de oficinas económicas y comerciales de España en el exterior.

La red de oficinas es el Instrumento oficial especializado para la internacionalización de la economía española y la prestación de servicios y asistencia a las empresas y emprendedores en el exterior. Igualmente, son responsables de las relaciones institucionales económicas y comerciales y de generar información económica de los países de su demarcación. Para prestar sus servicios de internacionalización y atracción de inversiones, ICEX se apoya en 98 Oficinas, con presencia en Miami en:

2655 LE JEUNE ROAD SUITE 1114 CORAL GABLES FL 33134

MIAMI

Estados Unidos

Teléfono: 0013054464387

Fax: 0013054462602

Email: miami@comercio.mineco.es

Spain US Chamber of Commerce, Inc. Miami. <http://spainuschamber.com/es/>

La Cámara de Comercio es una organización reconocida por el gobierno español, privada, sin fines de lucro, dedicada a destacar la trascendencia de la contribución de las empresas

españolas a Florida y Estados Unidos, así como fomentar los negocios y el comercio entre ambos países.

Sus objetivos son:

- Promover y fomentar negocios entre España y Estados Unidos.
- Ayudar a las empresas españolas que pretendan ubicarse o ya estén ubicadas en Estados Unidos.
- Proveer información útil y actualizada concerniente al comercio e inversiones en los diferentes sectores empresariales en los que están representados nuestros socios.
- Servir de plataforma empresarial para generar networking. Informar y asesorar sobre eventos, ferias, conferencias, misiones comerciales y oportunidades de negocio.

Entre los servicios:

- Información general
- Información sobre negocios
- Cooperación empresarial
- Asistencia a visitantes
- Misiones comerciales
- Asesoría comercial
- Publicaciones
- Seminarios, almuerzos y otros encuentros
- Asociación con otros grupos comerciales españoles
- Cooperación con organizaciones americanas

Localización:

2153 Coral Way, Suite 400
Miami, FL 33145
T: 305 358 5988 | F: 305 358 6844

APOYO ADMINISTRACIÓN ANDALUZA:

EXTENDA. Agencia andaluza de promoción exterior. www.extenda.es

Extenda presta apoyo y servicios en mercados internacionales de los cinco continentes, por medio de Oficinas de Promoción de Negocios y Antenas.

En Estados Unidos dispone de oficina en Miami.

La Oficina de Promoción de Negocios de Miami se encuentra situada en el edificio de la Oficina Comercial y Económica de la Embajada de España en Miami.

Incluimos las pinceladas generales de los instrumentos de promoción exterior de la agencia andaluza, siendo los principales servicios prestados los siguientes:

- **Información.** (Servicios de consultas de comercio exterior).
 - Extenda Información.

- Extenda ON.
- Observatorio de la Internacionalización de la Economía Andaluza.
- Jornadas Técnicas.
- Oportunidades de Negocio.
- **Consultoría.** (Asesoramiento individualizado).
 - Diagnóstico de la Empresa Andaluza.
 - Implantación Comercial en el Exterior.
 - Plan Digital Internacional.
 - Extenda Multilateral.
 - Proyectos Individuales-Red Exterior.
 - Profesionales Internacionales.
- **Promoción.** (Contacto con clientes potenciales).
 - Ferias Agrupadas.
 - Misiones Comerciales.
 - Promociones Punto de Venta.
 - Campañas Sectoriales.
- **Formación.** (Acceso y revalorización de Recursos Humanos Especializados).
 - Becas.
 - Cursos.
 - Otros.
 - Cátedras.
 - Selección y Formación de Profesionales Internacionales.
- **Subvenciones.**
- **Financiación.**

Sociedad Andaluza para el Desarrollo de las Telecomunicaciones (SANDETEL S.A.) <http://www.juntadeandalucia.es/organismos/empleoempresaycomercio/sandetel.html>

Aunque el objetivo final de Sandetel no es el apoyo a la internacionalización de las empresas si presta apoyo a las mismas en su salida a mercados exteriores, como mejora de su competitividad. Para ello, desarrolla acciones por si sola y/o en colaboración con EXTENDA u otros agentes implicados en la estrategia de internacionalización de la economía andaluza.

10. OPCIONES DE FINANCIACIÓN.

Institucionalmente existen una serie de medidas de apoyo a las empresas de diversa índole, en nuestro caso, nos centraremos en las principales aportaciones en el campo de la financiación para las empresas españolas y andaluzas que deseen emprender un camino hacia la internacionalización, particularmente dentro del rubro de las TICs, sin dejar de lado las principales políticas de atracción empresarial en destino que puedan resultar de relevancia.

10.1. INSTRUMENTOS GENERALES DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN.

FONDOS ICO.

Instrumentos de apoyo financiero a la Internacionalización por cuenta del Estado, dependiente del Ministerio de Economía y Competitividad. El Instituto de Crédito Oficial (ICO) es por lo tanto un banco público con forma jurídica de entidad pública empresarial, gestiona los fondos e instrumentos de financiación oficial a la exportación y al desarrollo.

La entidad provee líneas de financiación a través de las entidades de crédito a las que se dirigen directamente los clientes interesados. Contando con 2 principales líneas de acción:

- Empresas y Emprendedores.
- **Internacional.**
 - **ICO Internacional 2016:** Financiación orientada a autónomos y empresas españolas o mixtas con capital mayoritariamente español que realicen inversiones productivas fuera del territorio nacional y/o necesiten cubrir sus necesidades de liquidez.
 - **ICO Exportadores 2016:** Financiación destinada a autónomos y empresas españolas que necesiten obtener Liquidez mediante el anticipo de facturas procedentes de su actividad exportadora.

Como Agencia Financiera del Estado, el ICO gestiona los fondos e instrumentos de financiación oficial a la exportación y al desarrollo.

- Fondo para la Internacionalización de la empresa (FIEM).
- Contrato de Ajuste Recíproco de Intereses (CARI).
- Fondo para la Promoción del Desarrollo (FONPRODE).
- Fondo de Cooperación para Agua y Saneamiento.

MECANISMOS FINANCIEROS DE LA COMPAÑÍA ESPAÑOLA DE FINANCIACIÓN DEL DESARROLLO (COFIDES).

COFIDES es una sociedad mercantil creada con el objeto de facilitar **financiación a proyectos privados y viables de inversión en el exterior en los que exista algún tipo de interés español,**

para contribuir con criterios de rentabilidad, tanto al desarrollo de los países receptores de las inversiones como a la internacionalización de la economía y de las empresas españolas.

Utiliza por un lado, sus propios recursos para financiar proyectos de inversión en países emergentes o en desarrollo. Y, por otro, gestiona por cuenta del Estado los fondos FIEEX y FONPYME, creados para financiar proyectos de inversión en el exterior con independencia del grado de desarrollo del país destino del proyecto.

Instrumentos:

- Participaciones en el capital de las empresas que se creadas en países receptores.
- Instrumentos próximos al cuasi-capital.
- Préstamos a medio y largo plazo a empresas creas en el país receptor.
- Préstamos a medio y largo plazo al inversor español.
- Préstamos multi-proyecto.
- Apoyo integral a la inversión e implantación en el exterior de las PYMEs españolas.

FONDO PARA LA INTERNACIONALIZACIÓN (FIEM).

Reformulación del antiguo Fondo de Ayuda al Desarrollo (FAD). Es un instrumento para la financiación del apoyo oficial a la internacionalización de la empresa española, gestionado por el Ministerio de Economía y Competitividad, a través de la Secretaría de Estado de Comercio.

El objeto del fondo es promover las operaciones de exportación de las empresas españolas, así como las de inversión española directa en el exterior, mediante la **financiación de operaciones y proyectos de interés especial para la estrategia de internacionalización de la economía española**. Igualmente podrán financiarse las asistencias técnicas que estas operaciones y proyectos requieran tanto en países desarrollados como en países en vías de desarrollo.

Con carácter general, la financiación se llevará a cabo principalmente en forma de préstamos, créditos y líneas de crédito; si bien podrán financiarse en forma no reembolsable, asistencias técnicas y consultorías, así como proyectos y operaciones cuando las especiales circunstancias de los mismos así lo requieran.

CONTRATO DE AJUSTE RECÍPROCO DE INTERESES (CARI).

Sistema de **apoyo a las exportaciones españolas de bienes y servicios** mediante el cual se incentiva la concesión, por parte de las entidades financieras, de créditos a la exportación a largo plazo (2 o más años) y a tipos de interés fijos (tipos de Consenso).

AGENCIAS DE CRÉDITO A LA EXPORTACIÓN (ECA).

La seguridad en los medios de pago internacionales se gestiona indistintamente desde los espectros privados y públicos, debiéndose destacar a nivel nacional el papel de CESCE.

La **Compañía Española de Seguros de Crédito a la Exportación (CESCE)** es una sociedad anónima con mayoría de capital público, que ofrece cobertura en caso de impago de un crédito a la exportación como consecuencia de alguno de los riesgos cubiertos por las diferentes pólizas, incluyendo por lo general los supuestos de:

- Riesgo Comercial.
- Riesgo País.

INSTITUTO ESPAÑOL DE COMERCIO EXTERIOR (ICEX).

Entidad nacional dependiente de la Secretaría de Estado de Comercio que tiene como misión promover la internacionalización de las empresas españolas desde su iniciación hasta su implantación en el exterior, y la atracción de inversiones exteriores a España.

Destacamos algunos de los principales servicios de esta plataforma:

- **Programa ICEX Next.**
 - o Ofrece acercamiento y apoyo para la elaboración completa de un plan de negocios internacional durante 18 meses. ICEX cofinancia el 50% de los gastos realizados por la empresa, siendo el apoyo total máximo de 13.270€
- **Promoción de participación en Licitaciones Internacionales.**
 - o Líneas de apoyo al acceso a licitaciones internacionales.
 - o Ayuda en la compra de pliegos, preparación de las ofertas y búsqueda de socios y expertos locales.
 - o Financiación. Así como la preparación, presentación y seguimiento de ofertas.
- **Información, conocimiento de mercado y otros planes realizados.**
 - o ICEX gran distribución, ICEX sourcing, ICEX target USA, ICEX integra, ICEX consolida2, etc.

SOCIEDAD ESTATAL ESPAÑA EXPANSIÓN EXTERIOR.

Objetivo:

Detectar y crear oportunidades de negocio de exportación e inversión en el exterior, además de ofrecer apoyo en el proceso comercial y paquetes financieros para grandes proyectos.

Servicios Comerciales	<ul style="list-style-type: none"> • Identificación de oportunidades – Servicios y socios locales – Consorcios internacionales • Asistencia con organismos y autoridades locales – Asistencia en la negociación de los contratos del proyecto • Colaboración en la presentación de ofertas – Seguimiento hasta su adjudicación final • Apoyando la Internacionalización del Sector Público Español
Servicios Financieros I	<ul style="list-style-type: none"> • Servicios relacionados con las transacciones de exportación • Servicios relacionados con proyectos de inversión <ul style="list-style-type: none"> - Análisis de la viabilidad y sostenibilidad del proyecto - Asistencia en la preparación de modelos financieros y planes de negocio - Identificación de instituciones financieras potenciales (públicas y privadas) - Negociación y formalización de contratos financieros (cierre financiero) - Búsqueda de capital: fondos de inversión
Servicios Financieros II	<ul style="list-style-type: none"> • Financiación de deuda: Banca Local; Banca Internacional; Banca Española; Multilaterales; ECA’s; Instrumentos públicos españoles • Búsqueda de Socios Financieros- Consultoría en la selección de Socios Financieros – Diseño de estructura de capital • Financiación Estructurada.

AGENCIA ANDALUZA DE PROMOCIÓN EXTERIOR (EXTENDA).

Dentro de sus atribuciones relacionadas con los campos de ayuda a la financiación de la empresa andaluza para su promoción exterior, se encuentran en esta agencia 2 líneas principales de acción.

- **Subvenciones.** (Apoyo económico a la internacionalización andaluza).
 - Líneas.
 - Promoción Internacional de la Empresa Andaluza.
 - Implantación Exterior.
 - Cooperación Empresarial.
 - Apoyo a Asociaciones.
 - Formación Empresarial.
 - Profesionales Internacionales.
 - Apoyo a la Consolidación Internacional de la Empresa Andaluza.
- **Financiación.** (Facilitación de acceso a procesos financieros).
 - Financiación Internacional de la Empresa Andaluza.

10.2. HERRAMIENTAS DE APOYO A LA INTERNACIONALIZACIÓN TIC.

El principal instrumento nacional de fomento exterior TIC de basa en la “**Agenda Digital para ESPAÑA**”, dentro de la Estrategia Española de Ciencia y Tecnología y de Innovación 2013-2020 como un hilo conductor, las medidas presentadas en el mismo tienen un alcance temporal hasta el 2015, si bien, de acuerdo con lo establecido en la Agenda, cada año se realizará una revisión de los planes para evaluar los resultados conseguidos, determinar la necesidad o no de adaptación de objetivos y medidas y, en su caso, prolongar el alcance temporal para cumplir los objetivos ya marcados en la Agenda Digital para Europa o aquellos adicionales que se establezcan. Este mecanismo de revisión podrá extenderse hasta el año 2020.

En las estructura del plan se establecen 4 ejes funcionales, destacando el primero de ellos:

- **Ayuda financiera a la internacionalización:** Este eje se centra en la puesta a disposición de las empresas del sector TIC de mecanismos de ayuda financiera para el desarrollo de actividades de internacionalización. Presentando los siguientes instrumentos:
 - Financiación directa a las empresas mediante una línea de crédito de apoyo a actividades de internacionalización.
 - Ayudas a la formación en internacionalización de las empresas TIC.
 - Introducción de la dimensión internacional como criterio para la consecución de ayudas de financiación directas al desarrollo de proyectos de I+D+i.

Bajo el amparo de COFIDES, surge la figura de la **LÍNEA DE FINANCIACIÓN DE INVERSIONES DEL SECTOR ELECTRÓNICO Y DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN (FINTEC)**. Cuyo objetivo es la financiación a medio y largo plazo proyectos de inversión en el exterior privados y viables, acometidos por empresas del sector electrónico y de tecnologías de la información y comunicación.

Así mismo la red exterior de promoción española contempla al **CENTRO PARA EL DESARROLLO TECNOLÓGICO INDUSTRIAL (CDTI)**. Entidad Pública Empresarial, dependiente del Ministerio de Economía y Competitividad, que promueve la innovación y el desarrollo tecnológico de las empresas españolas, a través de actividades diversas:

- Evaluación técnico-económica y financiación de proyectos de I+D desarrollados por empresas.
- Gestión y promoción de la participación española en programas internacionales de cooperación tecnológica.
- Promoción de la transferencia internacional de tecnología empresarial y de los servicios de apoyo a la innovación tecnológica.
- Apoyo a la creación y consolidación de empresas de base tecnológica

Centrándonos en la región andaluza, la Agencia de Innovación y Desarrollo de Andalucía (IDEA) se erige como agencia de desarrollo regional del gobierno andaluz, de forma que se configura como fuente de servicios, ayudas y financiación para la empresa andaluza.

Pese a no contar con programas específicos de ayuda a la internacionalización de empresas tecnológicas, si presenta ayudas importantes al sector en Andalucía, destacando entre otros los **Fondos para Emprendedores Tecnológicos**, así mismo es de mención el programa de innovación **Feder-Innterconecta** para el impulso de la cooperación en I+D.

Nos encontramos de la misma forma con **Andalucía en Red** como organización social se asesoramiento tecnológico empresarial y fomento de la implantación TIC regional. Si bien no concede recursos económicos de forma directa, no adjudica subvenciones de ningún tipo, sino que por medio de convenios y colaboraciones, ahorra en su totalidad o en parte las inversiones en Tecnologías de la información y la Comunicación (TIC).

10.3. INSTRUMENTOS DE FOMENTO Y FINANCIACIÓN EN EEUU/FLORIDA.

Estados Unidos y Europa se encuentran inmersos en pleno proceso de fomento de la relaciones bilaterales y fomento del comercio mutuo e inversiones (Transatlantic Trade and Investment Partnership – TTIP).

En el campo específico de las TICs, el Departamento de Comercio estadounidense hace de la tecnología de Internet una política de máxima prioridad, por lo que la inversión de recursos para hacer frente a los desafíos y oportunidades de la economía digital se convierte en un tema capital. Por esta razón, el secretario Pritzker anunció la Agenda Económica Digital del

Departamento de Comercio - Programa de Economía Digital, el 9 de noviembre de 2015, centrada en cuatro oportunidades clave:

- La promoción de una Internet libre y abierto.
- La promoción de la confianza en línea.
- Garantizar el acceso de los trabajadores, las familias y las empresas, a las redes de banda ancha.
- La promoción de la innovación, a través de las normas de propiedad intelectual.

Bajo estas premisas, el Gobierno Federal de Estados Unidos ofrece una amplia gama de servicios y programas para las empresas que operan en el país, ya sean de ámbito estatal o territorial, siendo en muchos de los casos los gobiernos locales la principal fuente de asistencia específica.

En Florida el principal agente de promoción de la inversión extranjera en la zona es la mencionada *Enterprise Florida, Inc. (EFI)* la cual presenta una serie de incentivos y devoluciones fiscales para las empresas bajo diversos supuestos:

- Creación de puestos de trabajo en la industria de alto valor añadido (incluye al sector TIC).
- Incentivos específicos para empresas del sector aeroespacial y la defensa nacional.
- Crédito fiscal para las inversiones de capital en: Manufactura avanzada, energía limpia, tecnología biomédica, servicios financieros, tecnologías de la información, tecnología de silicio, fabricación de equipo de transporte o instalación la sede corporativa.
- Subvención para inversiones de alto impacto priorizando los sectores: Energía limpia, servicios financieros, ciencias de la vida, semiconductores o la fabricación de equipo de transporte (en general que promocionen el I+D estatal).
- Capacitación y readaptación laboral.
- Programas de capital para PYMEs: Comprenden asistencia financiera y líneas de crédito para la creación, promoción y desarrollo de pequeñas y medianas empresas en diferentes ámbitos.

11. RECOMENDACIONES Y CONCLUSIONES.

Cabe finalmente, incluir un breve resumen de la información expuesta en el presente informe facilitando la extracción de conclusiones, conformándose como respuesta metodológica a la selección de Estados Unidos como destino prioritario para la empresa TIC andaluza, así como las características esenciales que representan al Estado de Florida.

Bajo los parámetros del estudio previo de selección de mercados, Estados Unidos se destacó por presentar indicadores que lo situaban en los mayores niveles de “Atractivo de mercado” y “Fuerza competidora”, los cuales, una vez analizados en profundidad, dibujan un entorno muy atractivo para la empresa TIC andaluza, siendo una de las realidades tecnológicas de mayor desarrollo del planeta.

De esta forma, y bajo un punto de vista generalizado, Estados Unidos presenta datos económicos que hacen que las empresas de la práctica totalidad de los sectores productivos fijen en el país uno de sus destinos prioritarios de acción, y en concreto las empresas de sector tecnológico, basándose en factores tan relevantes como:

- Redes logística avanzada.
- Elevado poder adquisitivo.
- Amplia penetración social de la nuevas tecnologías.
- Gran masa poblacional.
- Buena infraestructura de telecomunicaciones.
- Mejora de la imagen corporativa asociada a la presencia en el país.

Específicamente, en el rubro de los servicios, el país se encuentra altamente desarrollado, no en balde supone la generación de aproximadamente el 3/4 de su PIB. Estados Unidos ha venido liderando distintos aspectos del campo tecnológico durante años, siendo uno de los mayores demandantes de este tipo de productos, con presencia en el top de los principales indicadores de penetración tecnológica tanto en términos relativos como absolutos. Su entramado empresarial presenta actores de sobra conocidos a lo largo de todo el planeta, empresas entre otras tan relevantes como MICROSOFT, APPLE, CISCO o IBM.

Centrándonos en una visión bilateral, las empresas españolas y andaluzas han mostrado un gran interés en este destino con un comercio mutuo creciente año tras año y cifras sustanciales de inversión, donde importantes empresas del sector como TELEFÓNICA, INDRA O TECNOCOM han actuado como punta de lanza para las empresas española.

Centrándonos específicamente en el caso de Florida, este destino se ha configurado como el principal nexo de unión entre Norteamérica y el mundo Latino, siendo la principal puerta de entrada de las empresas españolas de todos los ámbitos en el país. En el caso de las 3 principales empresas TIC mencionadas, este Estado se configura como su base central de operaciones, sede sus oficinas corporativas en el país.

Es Estado, y en concreto la ciudad de Miami, ha apostado por el fomento del sector de las TIC como foco de crecimiento futuro, de forma que mantiene una política de favorecimiento a la creación de empresas e inversión. Asimismo cuenta con una creciente masa poblacional y grandes centros de desarrollo tecnológico universitarios, alrededor de los cuales se han configurado estos polos de innovación, así como importantes actos sectoriales, como la feria *Emerge Américas*, que han puesto sobre el mapa a esta zona.

En cualquier caso hablamos de un entorno de alta competencia, donde el valor añadido y competitividad que pueda aportar la empresa andaluza resultan determinantes. Esta competencia en el mercado se plasma en una alta propensión a la concentración a manos de grandes empresas que siguen una política de compra de talento para el aumento de sus portfolios. La apuesta por abordar este mercado, debe ser por tanto una decisión meditada y decidida de la dirección de la empresa,

Bajo el paraguas de las distintas agencias de promoción andaluzas y españolas, la empresas TICs cuentan con un gran abanico de herramientas que facilitan enormemente el acceso a este mercado y aminoran considerablemente los diferentes costes que se presentan al enfrentarse a un entorno ajeno al día a día corporativo. De este modo, existen multitud de ámbitos donde la solvencia de las empresas tecnológicas andaluzas tienen mucho que aportar.