



Universidad del
Azuay

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

FACULTAD DE ADMINISTRACION DE EMPRESAS

ESCUELA DE ESTUDIOS INTERNACIONALES

**“MARCO LEGAL PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UNA
EMPRESA EN ESTADOS UNIDOS APLICADO A LA
CREACION DE UNA DISTRIBUIDORA DE GRAIMAN CIA.
LTDA.”**

**TRABAJO DE GRADUACION PREVIO A LA OBTENCION DEL
TITULO SUPERIOR EN NEGOCIACION INTERNACIONAL**

AUTORES:

SEBASTIAN ALBORNOZ

XAVIER TORRES

DIRECTOR: DR. RODRIGO ANDRES CORDERO

CUENCA – ECUADOR

2010

INDICE DE CONTENIDOS

	PAGINA
INDICE DE CONTENIDOS	2
INDICE DE ILUSTRACIONES Y GRAFICOS	5
RESUMEN	6
ABSTRACT	7
INTRODUCCION	8
La selección de Miami para establecer el primer Centro Graiman fuera de Ecuador.	10
CAPITULO 1: MARCO LEGAL VIGENTE EN EL ESTADO DE FLORIDA EN ESTADOS UNIDOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA O NEGOCIO.	15
Estructura jurídica en Estados Unidos.	15
Judicatura de Estados Unidos.	15
Fuentes del derecho en Estados Unidos.	16
Impuestos especiales en Estados Unidos.	16
Protección a derechos de propiedad intelectual en Estados Unidos en contra de violaciones provenientes de importaciones.	17
El Gobierno del estado de Florida.	17
Constitución del estado de Florida.	18
Estatutos del estado de Florida.	19
Aspectos legales de hacer negocios en el estado de Florida en Estados Unidos.	22
Formas de establecer negocios.	23
Corporación.	23

Sociedad general.	25
Sociedad Limitada.	27
Compañía de responsabilidad limitada.	28
Propiedad individual.	30
Tributación.	30
Impuestos a la renta.	31
Impuesto sobre las ventas y uso.	32
Impuesto a la propiedad documentaria e intangible.	33
Impuestos locales.	34
Bienes raíces.	35
Sistema de registro de títulos.	36
Vendedores y corredores de bienes raíces.	37
Consideraciones para el desarrollo de bienes raíces.	37
Regulaciones de negocios.	38
Financiación.	39
Seguro.	40
Trabajo y mano de obra.	41
Marcas registradas y marcas de servicio.	42
Testamentos y Sucesiones.	43
CAPITULO 2: DETERMINACIÓN DE LOS PARÁMETROS DESEADOS POR LA DIRECCIÓN DE GRAIMAN CÍA. LTDA. PARA LA CREACIÓN Y OPERACIÓN DE LA DISTRIBUIDORA DE GRAIMAN CÍA. LTDA. EN ESTADOS UNIDOS.	44
Local para sala de exhibición y ventas y bodega.	44

Nivel de ventas esperado.	45
Metas de nivel corporativo.	46
Inicio de operaciones posteriores.	47
CAPITULO 3: FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA LEGAL A EMPLEAR PARA LA CREACIÓN Y OPERACIÓN DE LA DISTRIBUIDORA DE GRAIMAN CÍA. LTDA. EN ESTADOS UNIDOS.	48
Misión de la empresa.	48
Metas.	48
Política de calidad.	49
Aspectos legales.	50
CAPITULO 4: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.	51
BIBLIOGRAFIA Y REFERENCIAS.	53
ANEXOS	55

INDICE DE ILUSTRACIONES Y GRAFICOS

Imagen 1: Productos de Graiman Cía. Ltda.

Imagen 2: Centro Graiman tipo, foto exterior.

Imagen 3: Centro Graiman tipo, foto interior.

Grafico 1: Consumo mundial de cerámica plana - pisos y revestimiento cerámicos.

Gráfico 2: Distribución de los ingresos por estado dentro de Estados Unidos.

RESUMEN

La empresa Graiman Cía. Ltda., en base al crecimiento que han experimentado sus volúmenes de venta y producción en los últimos años viene planificando varios proyectos de expansión tanto a nivel internacional. La administración de la compañía desea explorar la posibilidad de establecer una operación propia en Estados Unidos, en el estado de Florida y particularmente en la ciudad de Miami.

Para cumplir con este anhelo se requiere conocer con mayor profundidad todos los aspectos de tipo legal que se relacionan con la formación y operación de una empresa en el mercado de Estados Unidos, específicamente en el estado de Florida.

ABSTRACT

Graiman Cía. Ltda. executives, based on the fact that the production and sales volumes of the company have been growing for the past years, have been planning various expansion projects at an international level. The management of the company wants to explore the possibility to start a company's owned operation in the United States, in the state of Florida, specifically in Miami.

To accomplish this goal it is required to deeply acknowledge all the legal aspects related to the formation and operation of a business in the United States, particularly in the state of Florida.

INTRODUCCION

Graiman Cía. Ltda. inició la operación de su planta industrial ubicada en Cuenca, Ecuador en el año de 1993. La producción inició con revestimientos de cerámica plana para pisos, con un volumen diario de 2.000m². Paulatinamente se han venido incorporando nuevas líneas de producción para pisos y revestimientos cerámicos para pared y en el año 2003 se inauguró la planta de producción de porcelanato. La producción diaria actual alcanza un volumen de 30.000m².

Para la manufactura de sus productos la empresa emplea las más finas materias primas ecuatorianas en lo referente a arcillas, feldespatos y caolines, además de esmaltes, pigmentos y la más moderna tecnología española e italiana. En lo referente a las normas técnicas para producción y control de calidad de los productos se cumplen las normas europeas EN y también las normas ISO correspondientes a este tipo de industria.

En el mercado internacional los productos que fabrica la empresa es decir pisos y revestimientos cerámicos están clasificados bajo las siguientes partidas arancelarias:

Baldosas esmaltadas – Partida Arancelaria 6908.90.0

Baldosas no esmaltadas – Partida Arancelaria 6907.90.00



Por más de diez años Graiman Cía. Ltda. ha exportado sus productos a toda América Latina. Los mercados más importantes son Estados Unidos, Canadá, Perú, Colombia y Chile, en los que la empresa cuenta con distribuidores o mayoristas que comercializan sus productos. En todos estos países se ha reconocido a los productos de Graiman por su excelente calidad, diseño innovador y múltiples ventajas comerciales, por ejemplo en el caso de Estados Unidos y Canadá la exención de aranceles que existe para los productos ecuatorianos gracias al tratado ATPDEA¹, el uso del dólar americano como moneda de curso legal, la zona horaria, etc.

Debido a que la operación de exportación de Graiman Cía. Ltda. ha venido creciendo a un ritmo del 10% en los últimos años, la administración de la empresa ha decidido empezar a estudiar la posibilidad de incursionar directamente en el mercado y se escogió a la ciudad de Miami en Estados Unidos para cumplir con varios objetivos estratégicos de tipo corporativo y comercial tales como el de dar a la marca una presencia internacional que permita mantener y mejorar la imagen de la misma ante los clientes corporativos, proveedores y consumidores finales, la de comparar el portafolio de productos con otros fabricantes a nivel mundial, el de recibir retroalimentación directa por parte de los mercados en los que participa activamente y la de incrementar los volúmenes de venta de la empresa en los mercados estratégicos que se han determinado.

La forma de negocio que buscaría replicar en Miami es la que se emplea en Ecuador desde hace varios años y que es conocida como Centro Graiman. El concepto de esta forma de negocio está en que además de ofrecer a los clientes las líneas principales que fabrica Graiman Cía. Ltda. es decir pisos y revestimientos cerámicos, estas se acompañan de líneas complementarias tales como grifería, sanitarios, cenefas, fregaderos, etc. Todo esto en una exhibición que simula ambientes interiores y exteriores que permiten a los clientes visualizar las tendencias de diseño y decoración. (Imágenes 2 y 3)

¹ Tratado de preferencias arancelarias a los países andinos otorgado por el gobierno de Estados Unidos a Colombia, Ecuador, Perú y Bolivia. Por sus siglas en inglés: Andean Trade Preference and Drug Eradication Act.



Por varios factores de tipo estratégico y comercial se escogió a la ciudad de Miami, en el estado de Florida para iniciar esta operación.

La selección de Miami para establecer el primer Centro Graiman fuera de Ecuador.

Con la finalidad de elegir un país y dentro de él una ciudad para establecer el primer Centro Graiman fuera de Ecuador se analizaron varios factores del mercado tales como: tamaño, poder adquisitivo, valoración del producto de calidad y diseño, acceso, entre otros. Se escogió a Estados Unidos y dentro de esta a Miami debido a los siguientes factores:

En el continente americano el mercado potencial más grande para los productos que fabrica Graiman Cía. Ltda. es Estados Unidos. De acuerdo a los últimos datos el tamaño total del mercado en Estados Unidos para pisos y revestimientos cerámicos alcanza un volumen aproximado de 300.000.000 de m² por año. De este volumen únicamente un 30% de la demanda se atiende a nivel local. El 70% restante se

importa, siendo los principales países proveedores México, China, Italia, España, Brasil y Turquía. (Anexo 1)

El producto ecuatoriano, específicamente el de Graiman Cía. Ltda. ha mantenido una participación constante de aproximadamente el 0.20% de participación en el mercado de revestimientos cerámicos de Estados Unidos en los últimos cuatro años. (Anexo 2)

A excepción de México todos los demás países se encuentran en una posición de desventaja en relación a Ecuador desde el punto de vista logístico. Además en los últimos años los productores de cerámica europeos se han visto afectados por la apreciación del euro frente al dólar americano.

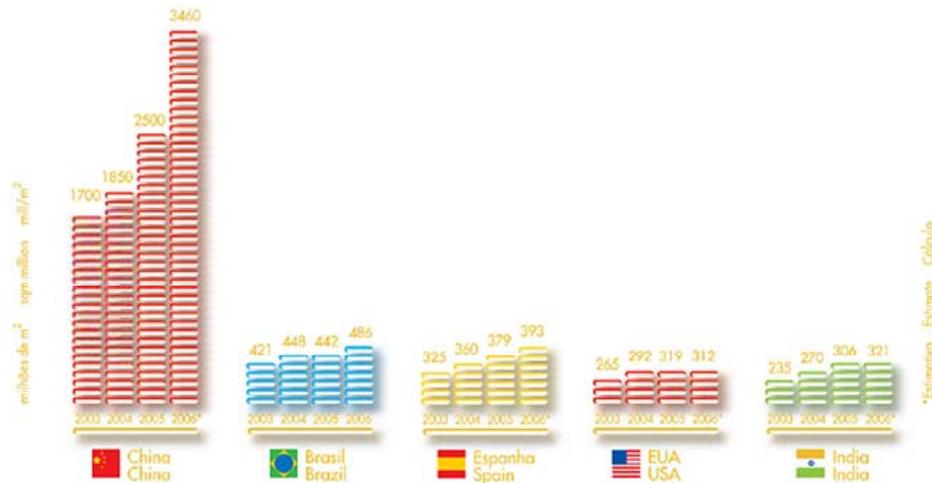
En lo referente a la competencia para el producto a exportar en el mercado de Estados Unidos el mercado está dividido de la siguiente forma:

-Productos nacionales: Entre los fabricantes de pisos y revestimientos cerámicos en Estados Unidos están: Daltile, Florida Tile, Marrazi, Crossville y Stonepeak. Tienen un 50% del mercado. El 50% de su producción se fabrica en Estados Unidos y el otro 50% se terceriza en China, Turquía, México, etc.

-Productos importados: Tienen el 50% de participación en el mercado. Los principales países proveedores de cerámica plana para Estados Unidos son: España, Italia, Turquía, México, China y Brasil.

En los últimos 15 años el uso de pisos y revestimientos cerámicos ha venido creciendo constante y aceleradamente en Estados Unidos, reemplazando paulatinamente a los productos tradicionales como alfombra y pisos de vinil.

Actualmente Estados Unidos es el cuarto consumidor a nivel mundial en lo que tiene que ver con cerámica plana (Gráfico 1), mientras que el uso de alfombra sigue disminuyendo.



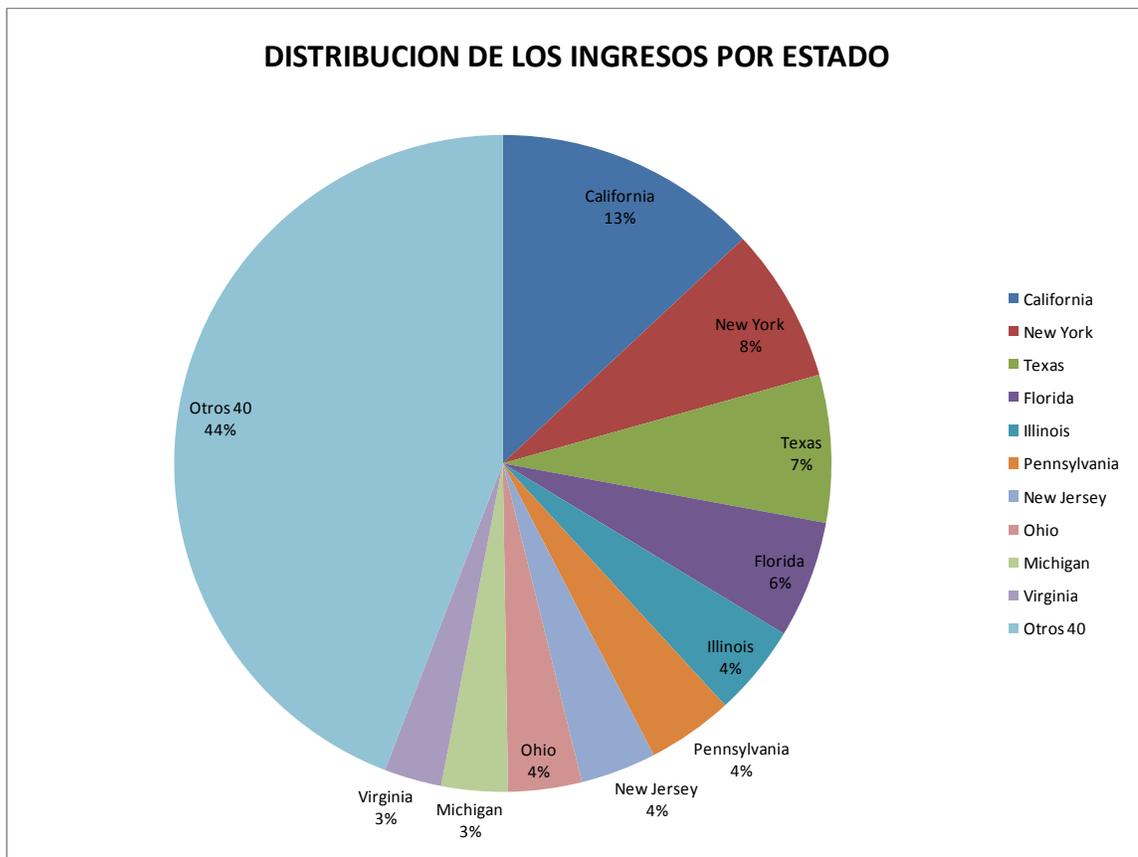
El acceso para los productos de Graiman Cía. Ltda. al mercado de Estados Unidos se facilita debido a que las líneas navieras que operan en Sudamérica mantienen una gran cantidad de frecuencias hacia los puertos más importantes del país. El tiempo de tránsito promedio es de 15 días para un contenedor que sale desde Guayaquil y tiene como destino New York en la costa este o Long Beach en la costa oeste. Para el caso Port Everglades en Florida el tiempo de tránsito desde Guayaquil es de 7 días.

En el caso de Estados Unidos y Canadá los productos que fabrica Graiman Cía. Ltda. se ven beneficiados de la exención de aranceles que existe para los productos ecuatorianos gracias al tratado ATPDEA. Además el uso del dólar americano como moneda de curso legal en Ecuador y el hecho de que nos encontramos en la misma zona horaria hace que las compañías Estadounidenses prefieran tratar con Graiman en lugar de tratar con proveedores en Europa o Asia.

El PIB per cápita en Estados Unidos es de US\$ 44.190, siendo el estado de Florida el cuarto en importancia en lo que se refiere a ingresos totales por estado dentro de los Estados Unidos. (Anexo 3)

Dentro de Estados Unidos el estado de Florida ocupa el cuarto lugar en lo que corresponde a la distribución de ingresos por estado. (Gráfico 2)

Distribución de los ingresos por estado en los Estados Unidos



En conclusión para el análisis de factibilidad de la apertura del primer Centro Graiman fuera del Ecuador se escogió a Estados Unidos y particularmente a la ciudad de Miami en el estado de Florida debido a los siguientes factores:

- El mercado de Estados Unidos presenta una importancia estratégica para los productos de Graiman Cía. Ltda. debido a su tamaño y volumen elevado de consumo mensual en lo que se refiere a pisos y revestimientos cerámicos.
- Específicamente el estado de Florida presenta un elevado consumo de pisos y revestimientos cerámicos debido a sus condiciones ambientales y también influenciado por la numerosa presencia de la comunidad latina.
- Los productos de Graiman Cía. Ltda. se han venido comercializando a través de distribuidores en el estado de Florida por más de 10 años, logrando un posicionamiento positivo en el mercado debido a sus características técnicas y ventajas comparativas como exención de impuestos a la importación, tiempo de tránsito reducido desde origen a destino, costo de flete marítimo competitivo, facilidad de realizar transacciones en la misma moneda, el dólar americano, lo que elimina riesgos de tipo cambiario.
- La ciudad de Miami es reconocida por su influencia en Latinoamérica en relación a tendencia de diseño y productos novedosos.

CAPITULO 1

MARCO LEGAL VIGENTE EN EL ESTADO DE FLORIDA EN ESTADOS UNIDOS PARA LA CREACION DE UNA EMPRESA O NEGOCIO.

Estructura jurídica en Estados Unidos.

El sistema Jurídico de Estados Unidos se expresa en dos ámbitos: el Estatal y el Federal, que adopta el matiz jurisprudencial del Common Law² o Ley Común. Este sistema tiene como norma jurídica la figura del precedente. El derecho de Estados Unidos es el de la Ley Común que se distingue por ser cambiante y flexible.

En su sistema es el juzgador el protagonista central de la dinámica jurídica. Junto al precedente surgen en forma constante el estatuto, el acta, el tratado internacional, el código, la regla, y la regulación administrativa.

Judicatura de Estados Unidos.

La diversidad de la judicatura Estadounidense obedece al arraigado federalismo característico en todos los quehaceres estatales. En los ámbitos de competencia federal la organización judicial radica en las entidades federales.

Estados Unidos posee una judicatura federal y 50 judicaturas estatales. La multiplicidad de estructuras judiciales no solo se traducen en dispares jerarquías de los jueces estatales, sino en el derecho procesal con base en cual funcionan. Los jueces intervienen activamente en el proceso de creación y desarrollo jurídico.

² Common Law o derecho anglosajón que se caracteriza por basarse más en la jurisprudencia que en las leyes.

Fuentes del derecho en Estados Unidos.

En los Estados Unidos el derecho se deriva de cuatro fuentes. Estas son el Derecho Constitucional, el Derecho Administrativo, los Estatutos, y el Common Law o Ley Común. La fuente más importante del derecho es la Constitución de los Estados Unidos. Todo lo demás queda subordinado a ese documento. Ninguna ley puede contradecir la Constitución de los Estados Unidos. Por ejemplo, si el Congreso ratifica una ley que está reñida con la constitución, la Corte Suprema puede hallar que esa ley es inconstitucional y hacerla nula.

Impuestos especiales en Estados Unidos.

El gobierno de los Estados Unidos de Norteamérica cuenta con un complejo sistema regulatorio para la recolección de impuestos sobre mercancías de importación. Violaciones a este sistema pueden resultar en responsabilidades civiles o penales.

El organismo gubernamental encargado de la aplicación de leyes de comercio internacional es el Servicio de Aduanas de los Estados Unidos. Entre los conflictos más comunes con el Servicio de Aduanas se incluyen la clasificación de tarifas arancelarias y la violación de leyes de importación. Las acciones del Servicio de Aduanas son a su vez revisables por la Corte de Comercio Internacional de los Estados Unidos.

Estados Unidos mantiene múltiples acuerdos con países amigos tales como: las zonas preferenciales de comercio, el Sistema Generalizado de Preferencias, la Ley para la Recuperación de la Zona Económica del Caribe, el Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos e Israel, y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

Protección a derechos de propiedad intelectual en Estados Unidos en contra de violaciones provenientes de importaciones.

La Sección 337 de la Ley de Impuestos de 1930 prohíbe la importación de artículos, e incluso la venta de artículos ya importados, que representen una violación a los derechos de autor, marcas o patentes Estadounidenses. Para que una demanda proceda bajo esta sección se debe determinar que una industria nacional es titular de la propiedad intelectual en conflicto y que la misma ha sufrido perjuicio. En caso de que se den ambos supuestos se procederá a la expedición de una orden de prohibición de entrada y/o una orden de suspensión de futuras importaciones o ventas de los artículos ilegales.

El Gobierno del estado de Florida.

El gobierno del estado de Florida se estableció y opera de acuerdo a la constitución de Florida, la misma que define las estructuras y operación del gobierno, sus deberes, responsabilidades y poderes. Además establece la ley básica del estado y garantiza varios derechos y libertades de las personas.

El poder en el estado se divide ejecutivo, legislativo y judicial. El gobierno delega poderes no exclusivos a los gobiernos municipales y condados, que pueden trabajar con notable autonomía en su estructura y operaciones. La capital del estado de Florida es Tallahassee donde se ubican el capitolio que alberga las oficinas del poder ejecutivo y legislativo.

La constitución de Florida ordena una legislación estatal bicameral que actualmente consta de un senado de 40 miembros y una casa de representantes de 120 miembros.

El poder ejecutivo consta del Gobernador, el Teniente Gobernador y un gabinete formado por el Fiscal General, el Comisionado de Agricultura y el Jefe Financiero además de numerosos departamentos ejecutivos.

El sistema estatal de cortes consta de la Corte Suprema del estado de Florida , 5 cortes distritales de apelaciones o cortes de intermediación, las mismas que están ubicadas en Tallahassee, Lakeland, Miami, West Palm Beach y Daytona Beach y dos formas de cortes para juicios: 20 cortes de circuito y 67 cortes de condado.

Los gobiernos locales establecidos por el gobierno de Florida tienen diferentes niveles de autoridad sobre sus jurisdicciones. Existen 3 tipos de gobiernos locales en el estado: condados, municipios y distritos.

Tanto los condados como los municipios tienen una función legislativa (comisión o consejo) y una función ejecutiva (alcalde o administrador) pero únicamente los condados tienen un sistema de corte. Tanto los condados como municipios están autorizados a pasar leyes conocidas como ordenanzas, modificar impuestos y proveer servicios públicos en sus jurisdicciones.

Todas las áreas de Florida están ubicadas dentro de un condado pero sólo algunas áreas están incorporadas a los municipios. Todos los municipios están ubicados dentro de un condado y la jurisdicción de sobrepasa a la de los municipios.

Constitución del estado de Florida.

La constitución del estado de Florida fue revisada por última vez en 1968 y consta de un preámbulo y 12 artículos que se enumeran a continuación:

Preámbulo: *“Nosotros, las personas del estado de Florida, agradeciendo a Dios todopoderoso por nuestra libertad constitucional, para asegurar nuestros beneficios, perfeccionar nuestro gobierno, asegurar nuestra tranquilidad doméstica, mantener el orden público y garantizar iguales derechos civiles y políticos a todos, ordenamos y establecemos esta constitución”*.

Artículos:

Artículo I: Declaración de derechos.

Artículo II: Consideraciones generales.

Artículo III: Legislación.

Artículo IV: Poder ejecutivo.

Artículo V: Poder judicial.

Artículo VI: Sufragio y elecciones.

Artículo VII: Finanzas e impuestos.

Artículo VIII: Gobiernos locales.

Artículo IX: Educación.

Artículo X: Misceláneos.

Artículo XI: Enmiendas.

Artículo XII: Agenda.

Estatutos del estado de Florida.

Los estatutos de la Florida son leyes codificadas del estado. Estas leyes son aprobadas por la legislatura de la Florida y firmadas por el Gobernador del estado.

Los estatutos de la Florida están divididos por títulos y estos por capítulos y son los siguientes:

Título I: Construcción de los estatutos. Capítulos 1-2.

Título II: Organización del estado. Capítulos 6-8.

Título III: Poder legislativo, comisiones. Capítulos 10-13.

Título IV: Poder ejecutivo. Capítulos 14-24.

Título V: Poder judicial. Capítulos 25-44.

Título VI: Prácticas y procedimientos civiles. Capítulos 45-88.

Título VII: Evidencia. Capítulos 90-92.

Título VIII: Limitaciones. Capítulo 95.

Título IX: Electores y elecciones. Capítulos 97-107.

Título X: Empleados públicos, empleados y registros. Capítulos 110-122.

Título XI: Organización de los condados y relaciones intergubernamentales. Capítulos 124-164.

Título XII: Municipalidades. Capítulos 165-185.

Título XIII: Planeación y desarrollo. Capítulos 186-191.

Título XIV: Impuestos y finanzas. Capítulo 192-221.

Título XV: Exenciones. Capítulo 222.

Título XVI: Sistema de jubilación de profesores; bonos para centros de enseñanza superior. Capítulos 238-243.

Título XVII: Asuntos militares y materias relacionadas. Capítulos 250-252.

Título XVIII: Tierras públicas y propiedades. Capítulos 253-274.

Título XIX: Negocios públicos. Capítulos 279-290.

Título XX: Veteranos. Capítulos 292-296.

Título XXI: Drenaje. Capítulo 298.

Título XXII: Puertos. Capítulos 308-315.

Título XXIII: Vehículos motorizados. Capítulos 316-324.

Título XXIV: Buques. Capítulos 326-328.

Título XXV: Aviación. Capítulos 329-333.

Título XXVI: Transportación pública. Capítulos 334-349.

Título XXVII: Vías férreas y otras utilidades reguladas. Capítulos 350-358.

Título XXVIII: Recursos naturales: conservación, reclamación y uso. Capítulos 369-380.

Título XXIX: Salud pública. Capítulos 381-408.

Título XXX: Bienestar público. Capítulos 409-430.

Título XXXI: Trabajo. Capítulos 435-452.

Título XXXII: Regulación de profesiones y ocupaciones. Capítulos 454-493.

Título XXXIII: Regulaciones del intercambio, comercio, inversión y contratación. Capítulos 494-560.

Título XXXIV: Bebidas alcohólicas y tabaco. Capítulos 561-569.

Título XXXV: Agricultura, horticultura e industria animal: Capítulos 570-604.

Título XXXVI: Organizaciones de negocios. Capítulos 606-623.

Título XXXVII: Seguros. Capítulos 624-651.

Título XXXVIII: Bancos y banca. Capítulos 655-667.

Título XXXIX: Relaciones comerciales. Capítulos 668-688.

Título XL: Propiedad personal y bienes raíces. Capítulos 689-723.

Título XLI: Estatuto de fraudes, transferencias fraudulentas y asignaciones generales. Capítulos 725-727.

Título XLII: Sucesiones y fideicomisos. Capítulos 731-739.

Título XLIII: Relaciones domésticas. Capítulos 741-753.

Título XLIV: Derechos civiles. Capítulos 760-765.

Título XLV: Agravios. Capítulos 766-774.

Título XLVI: Crímenes. Capítulos 775-896.

Título XLVII: Procesos criminales y correcciones. Capítulos 900-985.

Título XLVIII: Código de educación. Capítulos 1000-1013.

Aspectos legales de hacer negocios en el estado de Florida en Estados Unidos.

Como en otros 48 estados de los 50 que componen los Estados Unidos, en el estado de Florida prevalece el sistema de Common Law o Ley Común. Por esta razón los aspectos legales para hacer negocios en el estado están determinados por estatutos federales de todos los Estados Unidos y por estatutos estatales, códigos municipales y decisiones aplicables de cortes federales y estatales de derecho.

Para establecer un negocio en Florida se deben tomar en consideración aspectos relevantes de legislación federal, particularmente los concernientes a impuestos federales, proceso de inmigración y regulaciones federales para el comercio, además de los 67 códigos de los condados y de los 400 códigos de las ciudades de Florida.

En Florida la institución que puede proporcionar información para establecer un negocio es el Departamento de Comercio de Florida, particularmente la división de desarrollo económico, que a su vez está compuesta por los bureaus de desarrollo de

la industria, comercio internacional, asistencia a negocios, cine y televisión y análisis económico.

Formas de establecer negocios.

Para escoger la figura apropiada para establecer un negocio en el estado de Florida se deben analizar varios factores como riesgo financiero, consecuencias impositivas y costo de formación del negocio. Existen cuatro figuras comúnmente empleadas para establecer negocios en el estado y son: corporación, sociedad general, sociedad limitada y propiedad individual.

Corporación.

La corporación es una entidad legal creada por individuos, que si es creada y mantenida adecuadamente permite:

- Escudar a los inversionistas individuales de responsabilidades personales para la mayoría de acciones tomadas.
- Centralizar la administración y separarla de los accionistas.
- Transferir libremente las acciones.
- Asegurar la continuidad de la operación a pesar de la muerte de un accionista.
- Conseguir un tratamiento tributario especial, principalmente para planes de seguro médico, planes de jubilación, etc.

El proceso para la creación de una corporación en el estado de Florida es relativamente simple y es el siguiente:

1. Se debe seleccionar y registrar un nombre aceptable por parte del Departamento de Estado de Florida. Para identificar claramente la figura bajo la que opera el negocio el nombre debe incluir la palabra compañía o corporación (corporation) o versiones abreviadas como S.A. y debe ser diferente a cualquier otro nombre registrado previamente.

2. Los estatutos de la incorporación deben ser preparados y ejecutados en presencia de un notario público de los Estados Unidos y presentados al Departamento de Estado de Florida. Los artículos deben describir el nombre de la corporación, los propósitos del negocio, capital autorizado, dirección registrada, representantes registrados y nombres y direcciones de los miembros originales del directorio de la corporación. El propósito del negocio debe ser descrito en términos generales para que incluya todas las operaciones legales para las cuales una corporación puede ser formada.

El capital accionario de la corporación puede ser dividido en diferentes tipos tales como acciones con derechos preferentes, con o sin derecho a voto, etc., con un valor declarado. La estructura de capital debe ser cuidadosamente creada con la finalidad de minimizar las tasas de incorporación y maximizar los beneficios de tipo tributario para los accionistas individuales. A diferencia de la mayoría de reglamentos de formación de corporaciones bajo la ley civil, las corporaciones de Florida no requieren mantener un monto mínimo de capital pagado en acciones. Además, los estatutos de Florida permiten que las acciones sean pagadas en dinero, otros bienes tangibles e intangibles y servicios.

Las corporaciones en Florida deben mantener permanentemente registrada en el Departamento de Estado una dirección y un agente responsable para que todos los documentos legales sean recibidos y procesados.

3. Para completar el proceso de incorporación se deben preparar minutas de normas corporativas y organizacionales, las mismas que deben describir los poderes y

responsabilidades de los miembros del directorio y principales ejecutivos, así como los derechos de voto de los accionistas. Además deben evidenciar la elección de los principales ejecutivos (director general, gerente, etc.), la emisión de las acciones, la apertura de las cuentas bancarias de la corporación y el período de tributación.

La corporación está definida por tres unidades básicas que son accionistas, directorio y principales ejecutivos. Los accionistas son los dueños del capital accionario y eligen al directorio. Los miembros del directorio eligen y determinan las políticas que rigen la actividad de los principales ejecutivos. Los ejecutivos ejecutan las actividades diarias de la corporación. El estado de Florida exige como mínimo la existencia de un director, un presidente, un tesorero y un secretario. El mismo individuo puede ejecutar más de una de estas actividades siempre que exista evidencia de su elección en las minutas anuales. Los ejecutivos pueden ejecutar contratos a nombre de la corporación pero los que tienen relación con la propiedad de bienes inmuebles deben ser ejecutados por el presidente y secretario y deben contener el sello de la corporación.

El estado también requiere que anualmente se mantengan en archivo las minutas correspondientes a las reuniones mantenidas entre los accionistas y el director para mantener el status de corporación.

Sociedad general.

Bajo la ley de Florida, una sociedad general o simplemente sociedad es una asociación de dos o más personas, incluyendo personas naturales o corporaciones, que establecen un negocio con fines de lucro como copropietarios. Esta forma de entidad generalmente no aísla a los socios de la responsabilidad personal o establece la terminación de la sociedad por muerte o declaración de bancarrota de uno de los socios o por disolución de la sociedad.

Esta entidad puede involucrarse en una o varias actividades de negocios.

Generalmente un acuerdo escrito es preparado y ejecutado por las partes. Este acuerdo debe especificar las obligaciones de tipo financiero, participación en los beneficios, etc., de los socios. En la ausencia de un acuerdo específico los socios tienen derechos iguales y responsabilidades iguales en la administración del negocio. Se recomienda que las capacidades y reputación de los socios potenciales sean analizadas previamente a la elección de un socio para la formación de una sociedad, dado que en general, cada acción en el manejo del negocio por parte de un socio vincula a los demás socios a menos que:

-El socio en efecto no tenga autoridad para actuar a nombre de la sociedad en un tema específico.

-La persona o entidad con la que interactúa el socio tenga conocimiento de que este no posee autoridad para negociar o tratar el tema específico.

Cada socio es individual y completamente responsable por las acciones incorrectas de un socio que actúa en las actividades ordinarias del negocio en el que participa la sociedad o con la autorización de los otros socios.

El estado de Florida no requiere ningún registro o reporte formal de la creación o mantenimiento de una sociedad. Normalmente si se requiere que la sociedad mantenga libros de contabilidad separados y que se prepare y presente los reportes anuales de tributos estatales y federales.

La sociedad es una entidad comúnmente usada por individuos o corporaciones que colaboran conjuntamente en emprendimientos o negocios pequeños o que estén

sumando sus recursos con la finalidad de buscar ventajas de tipo fiscal para el desarrollo de proyectos inmobiliarios importantes.

Sociedad Limitada.

Bajo las leyes del estado de Florida la sociedad limitada es una entidad híbrida entre la corporación y la sociedad general. Las características corporativas de responsabilidad limitada y los requerimientos formales de registro así como el tiempo limitado de la sociedad son sus principales características.

Una sociedad limitada es adecuada cuando hay uno o más socios generales que participan activamente en la operación diaria de la entidad y uno o varios socios participan como proveedores de recursos financieros a la entidad.

Para aislar o blindar a los socios de la responsabilidad personal hacia los acreedores de la entidad estos no deben controlar o participar en la administración diaria de la sociedad.

Para formar una sociedad limitada en el estado de Florida dos o más socios, incluyendo personas naturales y corporaciones, deben, en presencia de un notario, ejecutar un certificado donde deben declarar el nombre de la sociedad, el carácter de los negocios de esta, la ubicación de su sede principal, el nombre y dirección permanente de cada socio, el monto del aporte de cada socio general y cada socio con responsabilidad limitada, el monto de cada contribución adicional que los socios deban realizar y la forma y cronograma de pago de los beneficios que cada socio recibirá en función de sus contribuciones. Este certificado debe ser tramitado inicial y anualmente junto con el pago de una tasa que se calcula de acuerdo al capital invertido que se realiza en el Departamento de Estado. Una copia certificada de este documento debe ser enviada también a la corte de circuito del estado de Florida

correspondiente al municipio donde la sociedad ejecute su actividad principal. El nombre de cada participante en la sociedad debe incluir la palabra limitada o su abreviación y con ciertas excepciones, para blindar la responsabilidad personal de estos hacia los acreedores, el nombre de los socios con responsabilidad limitada no debe aparecer en el nombre de la sociedad.

Bajo las leyes del estado de Florida un socio general que participa en una sociedad limitada posee todos los derechos y poderes y está sujeto a todas las restricciones y responsabilidades de un socio en una sociedad general. Algunas acciones de los socios generales deben ser autorizadas o ratificadas por los socios con responsabilidad limitada, tales como contravenciones al acuerdo escrito que rige la sociedad o confesiones judiciales por procesos en contra de la sociedad limitada.

En una sociedad limitada puede haber más de un socio general. Además de las que constan en el acuerdo de la sociedad las siguientes causas pueden ser motivo de terminación de la sociedad limitada: retiro, muerte, incapacidad mental y declaración de bancarrota del socio general.

La entidad de sociedad limitada es usada en proyectos que requieren el involucramiento y conocimiento del o los socios generales para llevar a cabo la operación y de uno o más socios con responsabilidad limitada para financiar la misma. Por ejemplo el desarrollo de proyectos inmobiliarios.

Compañía de responsabilidad limitada.

En Estados Unidos se emplea la figura de la compañía de responsabilidad limitada conocida como LLC o Limited Liability Company. Esta es una figura flexible que combina elementos de las sociedades y las corporaciones. Es una forma jurídica de sociedad de negocios, contemplada en la ley de la gran mayoría de las jurisdicciones

de los Estados, que proporciona responsabilidad limitada para sus propietarios. Es una entidad de negocio que presenta determinadas características de una corporación y de una sociedad o empresa individual. La característica principal de una LLC son las acciones de responsabilidad limitada. Esta figura se adapta bien para las empresas con un solo dueño.

La característica de responsabilidad limitada no implica que los propietarios siempre estén totalmente protegidos contra la responsabilidad personal. Los tribunales pueden levantar el velo corporativo cuando se presume algún tipo de fraude.

Entre las ventajas de esta entidad están:

- La Responsabilidad limitada, lo que significa que los propietarios de la LLC están protegidos de alguna o toda responsabilidad por los actos y las deudas de la LLC en función de leyes de protección del Estado.

- Mucho menos trámites administrativos y de mantenimiento de registros que una corporación.

Entre las desventajas están:

- Algunos acreedores requieren que los socios de las LLC garanticen personalmente los préstamos de la entidad con lo que estos pasan a ser personalmente responsables por la deuda.

- A diferencia de otras figuras las LLC no están obligadas a tener una junta de directores o funcionarios.

-Los directores de las LLC pueden utilizar muchos títulos diferentes como miembro, directivo, socio gerente, director general, consejero delegado, presidente o socio, por lo que puede ser difícil determinar quién realmente tiene la autoridad para firmar un contrato en nombre de la LLC.

Propiedad individual.

Se conoce como propiedad individual a la entidad formada por una persona natural que por su propia cuenta establece un negocio en el estado de Florida. Todo el riesgo de tipo financiero y responsabilidades asociadas con el negocio se atribuyen a esta persona.

En el caso de que esta persona decida operar su negocio con un nombre diferente al suyo este debe ser registrado en la oficina comercial del estado de Florida ubicada en el condado donde se opera el negocio, de acuerdo al estatuto de nombres ficticios del Estado de Florida. Antes de realizar el registro del nombre escogido se debe realizar una publicación semanal durante cuatro semanas consecutivas, en un diario que circule en el condado donde se piensa registrar dicho nombre y operar el negocio. La publicación debe contener el detalle del nombre que se planea registrar. La omisión en el cumplimiento de esta ley puede ser causal de varios delitos criminales y penales.

Tributación.

El estado de Florida es aun uno de los pocos en Estados Unidos que no ha creado un impuesto al ingreso de los individuos. Los otros estados que tampoco cobran impuestos sobre los ingresos de los individuos son: Nevada, Dakota del Sur, Texas, Washington y Wyoming. Además el impuesto a los ingresos de las corporaciones también es comparativamente más bajo que en la mayoría de los otros estados de la

Unión Americana. Otros ingresos para el estado de Florida provienen de impuestos a las ventas al detalle, a la propiedad intangible personal, etc.

Los condados y ciudades de Florida también imponen un impuesto ad valorem³ a los bienes inmuebles para incrementar su recaudación.

Impuestos a la renta.

Actualmente el único impuesto a la renta establecido por el estado de Florida, el impuesto corporativo, se calcula en un porcentaje del 5.5 % de los ingresos netos de cualquier corporación sujeta a generar impuestos bajo el capítulo 220. Todas las corporaciones de Florida y las corporaciones extranjeras calificadas para hacer negocios en el estado están sujetas a este impuesto. Adicionalmente cualquier corporación que haga negocios, reciba ingresos o que residan en Florida están sujetas a este impuesto. Individuos, sociedades, estados o fideicomisos no son sujetos de este impuesto pero las sociedades deben presentar un formulario informativo de devolución de impuestos con el departamento de rentas de la Florida cuando la sociedad incluya un socio corporativo.

Por ejemplo las siguientes actividades corporativas son específicamente sujetas a tributación en el estado de Florida: realizar ventas por correo o teléfono en una oficina o bodega localizada en el estado, aunque los empleados no sean ciudadanos del mismo, mantener inventario en el estado, cobro de intereses por parte de una entidad financiera producto de préstamos garantizados por bienes inmuebles localizados en el estado de Florida, etc.

³ Un impuesto ad valorem es aquel para el cual el impuesto base es el valor de un bien, servicio o propiedad. Un impuesto ad valorem es generalmente aplicado al momento de una transacción y se lo conoce como impuesto al valor agregado.

Sin embargo y bajo ciertas circunstancias una corporación que no fue creada en el estado de Florida pero que comercializa bienes tangibles en el estado puede estar exenta del impuesto a la renta. Por ejemplo una renta generada por órdenes de compra de clientes de Florida que son gestionadas por personal de una entidad o corporación que no fue constituida en el estado y que se atiende o despacha desde una bodega que esta fuera de Florida.

Los montos de rentas operacionales y rentas obtenidas de otras operaciones distintas a las del giro del negocio se suman para determinar la base imponible, a la cual se le reduce el valor de USD 5.000,00 que está exento. Para el cálculo del impuesto se aplica una fórmula de tres partes, donde se multiplica a la renta neta por tres factores ponderados que prorratan el valor entre las ventas, la nómina y la propiedad.

Impuesto sobre las ventas y uso.

En Florida un impuesto a la venta del 5% se impone ante el privilegio de poder vender bienes tangibles personales u otorgar ciertos servicios profesionales como un negocio de venta al detalle en el estado. El consumidor final es quién paga el impuesto pero el vendedor al detalle es el responsable de la recolección del impuesto y de remitirlo al departamento de ingresos del estado de Florida.

Los vendedores al detalle normalmente añaden el impuesto sobre la venta al precio de venta del producto si este es objeto de cobro de este impuesto. En la factura o ticket de venta se detalla por separado el monto correspondiente al impuesto. Todo el monto del impuesto es liquidado al momento de la venta aunque esta contemple un período de crédito para el cobro.

Los productos exentos de este impuesto son los alimentos, medicinas, servicios profesionales, ciertas compras de equipo industrial y maquinaria y ciertos cargos de admisión.

Adicionalmente al impuesto de venta el estado de Florida impone un impuesto equivalente a la compra de propiedad personal tangible en otro estado pero usada, distribuida o almacenada para uso o consumo en el estado. Este impuesto al uso está diseñado para evitar la evasión del impuesto a la venta del estado de Florida que podrían hacer consumidores del estado que compran a proveedores localizados en otros estados.

Cualquier persona o entidad que desee operar un negocio de venta al detalle debe aplicar ante el Departamento de Ingresos de Florida para obtener un certificado de registro antes de iniciar sus operaciones. Este certificado es requerido para cada punto de venta y debe estar expuesto en una parte visible del mismo. Las personas o entidades que mantienen archivos detallados y organizados sobre sus ventas y que transfieren los impuestos retenidos dentro de los plazos establecidos se hacen acreedores a una deducción del 3% del total de impuestos recolectados para ser transferidos al Departamento de Ingresos del estado.

Impuesto a la propiedad documentaria e intangible.

El estado de Florida impone un impuesto documentario por única vez a ciertos documentos ejecutados, emitidos, registrados, etc., en el estado. Estos documentos incluyen promesas de compra y otras obligaciones por escrito para pagar dinero, otros instrumentos que transfieren títulos de bienes raíces, hipotecas, emisiones originales y transferencia de acciones realizadas por una corporación, etc. Este impuesto es adicional a cualquier otro impuesto específico que se aplique a un documento de este tipo en particular. Estampillas o timbres que evidencian el pago de este impuesto son normalmente incorporados al documento en cuestión.

En lo que se refiere a la propiedad intangible se aplica un impuesto ad valorem equivalente a 0,2 dólares por cada dólar de valor de la propiedad.

Impuestos locales.

El estado de Florida permite a los gobiernos locales que incrementen sus ingresos operativos mediante impuestos ad valorem y de otros tipos.

Toda la propiedad real y persona, con ciertas excepciones, es sujeto de impuesto por parte de los condados, distritos y municipalidades.

Además existen otros impuestos locales como el de desarrollo turístico que pueden ser aplicados al valor del alquiler de habitaciones de hotel o condominios por un período de 6 meses o menos.

También pueden aplicarse impuestos de licencia ocupacional a la generación de ingresos por parte de los condados y municipalidades. Las personas naturales, sociedades, corporaciones y fideicomisos pueden estar sujetas a este tipo de impuestos, con excepciones tales como agricultores, personas inválidas, viudas, iglesias y organizaciones civiles.

Finalmente ciertas tasas al funcionamiento pueden ser impuestas por las autoridades de los gobiernos locales a la operación de los aeropuertos, puertos, hospitales y otros servicios especiales.

Bienes raíces.

Los documentos que suelen participar en el cierre o consumación de una compra de bienes raíces en Florida incluyen el contrato marco, la hipoteca, el pagaré, el compromiso de seguro del título, la escritura y el discurso de clausura. El acuerdo de base puede ser, según las circunstancias, un contrato para la venta y compra, un contrato de opción o un contrato de venta de tierra a plazos o acuerdo de traspaso.

Estos documentos tienen por objeto proporcionar un resumen de proyectos o acuerdo de las partes negociado con respecto a la transacción y, por tanto, en la medida de lo posible, deben definir los derechos, obligaciones y acuerdos de cada una de ellas respecto a la transacción. Una descripción exacta jurídica de los bienes inmuebles objeto de la transacción debe aparecer en el contrato marco así como en la escritura y normalmente deben ser certificados por un agrimensor⁴ licenciado.

La hipoteca es un documento legal utilizado por el propietario de un bien inmueble destinado para el compromiso de la propiedad como garantía colateral para el pago de dinero adeudado a un prestamista o acreedor. Toda hipoteca va acompañada de un pagaré lo cual es evidencia de la deuda y sirve como una promesa escrita de pago indicando el tipo de interés y el calendario de pagos. Hay numerosos tipos de hipotecas como: convencional (sin seguro), asegurada, etc. Los términos y las condiciones de una hipoteca y un pagaré son únicos para cada transacción. Para mantener la prioridad de la satisfacción en caso de impago entre la hipoteca y un pagaré deberá anotarse en los registros públicos del país donde se encuentra la propiedad.

⁴ Viene de agrimensura. La comunidad científica internacional reconoce que es una disciplina autónoma, con estatuto propio y lenguaje específico que estudia los objetos territoriales a toda escala, focalizándose en la fijación de toda clase de límites.

El compromiso de seguro de título es una obligación contractual de una compañía de seguros en favor de un comprador o acreedor hipotecario en virtud del cual una póliza de seguro que contenga una cantidad específica de cobertura de seguro se concederá después de la clausura. Dependiendo de las condiciones de la póliza de seguro propuesta como se establece en el compromiso, que debe ser cuidadosamente revisada por el abogado del comprador antes del cierre, la política normalmente asegura la validez de la cadena del título y en contra de ciertos reclamos, grabados y vírgenes, de una parcela definida de un bien inmueble. La parte demandante no registrada, los intereses y derechos de retención que puede afirmarse con respecto a bienes inmuebles causaron el desarrollo del concepto de seguro de título. Este seguro cubre pérdidas o daños causados por los defectos o gravámenes sobre el título, salvo defectos expresamente excluidos.

La escritura es un instrumento legal que traspasa el título o propiedad para bienes raíces y crea ciertos derechos y obligaciones legales en función de sus términos. Los tres tipos más comunes son los siguientes: escritura de garantía general, escritura de garantía especial y escritura de renuncia. La declaración final resume los costos de los que cada parte es responsable en el momento en el que la transacción se consuma es decir, cuando los documentos legales y otros hechos son ejecutados y entregados.

Sistema de registro de títulos.

Los instrumentos jurídicos que afectan a la propiedad y demás derechos sobre bienes inmuebles en cada condado de la Florida se registran y se presentan en una serie de libros llamados registros oficiales que se mantienen en la oficina de cada secretario de la corte de circuito de cada condado de la Florida. Luego del pago de la tasa de registro, sellos aplicables e impuestos a la propiedad personal intangible el secretario asigna el número de libro y página en el registro oficial para cada instrumento que se está registrando, describiendo cada uno de acuerdo a la descripción legal de cada inmueble. Se fotocopia y microfilma cada instrumento y los documentos originales son devueltos al dueño.

Vendedores y corredores de bienes raíces.

En Florida se negocian los bienes inmuebles a través de licenciados en ventas de inmuebles o corredores de bienes raíces a los que la Comisión de bienes raíces del estado les ha otorgado la licencia correspondiente. Estos licenciados o corredores operan bajo tres tipos de contratos que regulan el motivo y monto de la comisión a recibir por la venta del bien inmueble que varía entre un 5 y 7 por ciento del precio de la ventas total. El comprador y el vendedor deben contratar a un abogado independiente para que revise el contrato y documentos relacionados con el cierre de una transacción de bienes raíces.

Consideraciones para el desarrollo de bienes raíces.

El desarrollo de bienes raíces en el estado de Florida requiere una cuidadosa planificación previa y la comprensión de estatutos y regulaciones locales. La ubicación y las características físicas de la propiedad tales como pantanos, vegetación y vida animal afectan significativamente su uso permitido. La jurisdicción de agencias estatales y locales tales como el Departamento de Transporte de Florida, y el Reglamento del Medio Ambiente, los Consejos Regionales de Planificación y la Gerencia Distrital de Agua debe ser conocida de antemano para que las aplicaciones adecuadas de permiso puedan ser preparadas antes del comienzo de la construcción.

El gobierno local de la Florida y su Ley de planificación ha animado a los condados a preparar planes de manejo de crecimiento. La intención del uso de bienes inmuebles debe cumplir con el plan de crecimiento y sus normas medioambientales específicas de diseño y rendimiento.

La disponibilidad de alcantarillado y la capacidad de provisión de agua son una preocupación fundamental para el desarrollo de bienes raíces. Las instalaciones del

condado para la eliminación de aguas servidas pueden ser limitadas. Los drenajes de aguas pluviales, la disponibilidad de servicios públicos y los espacios para áreas recreativas deben ser cuidadosamente analizados. Además la infraestructura para el control de incendios y de los servicios de salud debe ser suficiente de acuerdo a las regulaciones locales de cada condado dependiendo del tamaño del proyecto.

En general los planes de un proyecto de desarrollo de bienes raíces deben ser entregados para análisis a los departamentos de planificación, zonificación e ingeniería de los condados para su aprobación antes de que la construcción pueda comenzar.

Un contrato de venta de bienes raíces debe contener el detalle de las finalidades de uso de la propiedad que el comprador se propone desarrollar en la propiedad sujeto de la transacción.

Regulaciones de negocios.

El estado de Florida regula las actividades de numerosas operaciones llevadas a cabo dentro de sus fronteras incluyendo pero no de manera limitada: hoteles, restaurantes, locales de venta de licor y de tabaco, construcción, corretaje de bienes raíces y servicios profesionales. La práctica de la ley y la profesión contable también están reguladas a nivel estatal. Las ciudades y los condados pueden imponer reglamentos o derechos de licencia para ciertas clases de negocios que no son prohibidos por el estado. La información detallada sobre los requisitos de concesión de licencias para cada una de estas actividades se puede obtener de la agencia estatal administrativa responsable.

Los permisos de construcción se obtienen en las oficinas de planificación y zonificación de cada condado y ciudad.

Financiación.

La venta de acciones y bonos y el endeudamiento por préstamos obtenido sirven como tres fuentes de financiación básica para los negocios registrados en el estado de Florida.

El financiamiento obtenido por la venta de acciones al público representa el capital invertido en un negocio, el cual no tiene la obligación legal de devolver o pagar intereses. Existen complejos estatutos y regulaciones que determinan el registro y oferta de acciones que se ofrecen a la venta en el estado de Florida⁵.

El financiamiento mediante deuda en forma de préstamos se puede obtener tanto de fuentes gubernamentales y de prestamistas comerciales. Los organismos gubernamentales tales como la Administración de Pequeños Negocios pueden proporcionar préstamos directos o garantías de los préstamos bancarios. Los bancos comerciales suelen ofrecer líneas de crédito sin garantía de capital de trabajo o préstamos garantizados con cuentas por cobrar o inventario. Las asociaciones de ahorro y préstamos financieros ofrecen préstamos para el desarrollo de bienes raíces residenciales.

Finalmente también se permite la emisión de bonos industriales exentos de impuestos y a bajas tasas de interés para el desarrollo de las plantas de fabricación industrial en la Florida. Las empresas elegibles deben cumplir con ciertos criterios normativos federales y estatales. Además cada condado de la Florida publica las directrices especificando las condiciones en que la financiación de bonos actual se encuentra disponible.

⁵ Estatutos de Florida, capítulo 517, Regulaciones del intercambio, comercio, inversión y contratación.

Seguro.

La cobertura del seguro se debe discutir a fondo con un agente de seguros fiable y competente. Las siguientes tres categorías de seguro deben considerarse dependiendo de la naturaleza del negocio y costo de las primas: la cobertura esencial, la cobertura deseable y la cobertura empleado / empleador.

Los siguientes tipos de cobertura esenciales deben ser obtenidos antes de participar en negocios en el estado de la Florida: cobertura completa incluida la protección contra incendios, tormentas, granizo, tormentas de viento, vandalismo y daños maliciosos, seguro de responsabilidad civil incluida la protección contra pérdidas financieras resultantes de las reclamaciones de lesiones corporales o daños a la propiedad y pueden incluir propietario / inquilino, seguros de automóviles por daños físicos y cobertura de responsabilidad civil para los vehículos de propiedad de la empresa o en vehículos privados utilizados para fines comerciales, seguros de compensación al trabajador (la ley de la Florida requiere que la mayoría empleadores del estado provean a sus empleados la cobertura de seguro médico, ingreso por discapacidad, indemnizaciones por muerte o rehabilitación).

La cobertura de seguro deseable incluye lo siguiente: seguro de interrupción de negocios (incluye la cobertura de los gastos y el lucro cesante sufrido como consecuencia de un incendio o ciertos otros riesgos), seguro contra delincuencia, seguro de caución y seguro de responsabilidad al cliente (puede ser importante, por ejemplo, para negocios tales como bodegas y talleres de reparación) y bonos de fidelidad para garantizar la cobertura de los empleados que tienen acceso al efectivo contra pérdidas involuntarias o malversación de fondos.

Trabajo y mano de obra.

La ley del estado de Florida prohíbe la discriminación en el empleo por motivos de raza, color, religión, sexo, origen nacional, años de edad, discapacidad o estado civil.

Aunque los empleados en la Florida pueden negociar colectivamente a través de una organización laboral en el estado de Florida se defienden los derechos de los empleados que no son miembros de los sindicatos para trabajar para cualquier empleador. Los empleados públicos en la Florida no tienen el derecho de huelga. La ley de Florida prohíbe también la discriminación salarial por razón de sexo por igual trabajo en relación con los trabajos que requieren igual habilidad y responsabilidad y que es realizado bajo condiciones de trabajo similares.

En general un empleado de la Florida puede ser cancelado con o sin previo aviso y sin indemnización salvo que los términos de un contrato así lo especifiquen. Normalmente no se preparan contratos de trabajo a menos que el empleador desee protección de la competencia en el futuro del empleado, desee especificar porcentajes de comisiones o bonos, la protección de las patentes de la compañía, etc.

Un empleado despedido dentro de los primeros noventa días de trabajo no se traducirá en un cargo a la cobertura por seguro de desempleo del empresario. Después de ese tiempo la política de empleo de un empleador no se verá afectada si el empleado es despedido por razones que el estado considera como mala conducta. Los empleos que renuncian voluntariamente tampoco pueden cobrar el seguro de desempleo de acuerdo a la ley.

Las leyes federales y salario de por hora (incluyendo control de los archivos de pago, de indemnizaciones y prácticas de contratación), retención de impuestos federales de seguridad social y las regulaciones reglamentarias de los Estados Unidos en relación

a la seguridad y administración de Salud afectan directamente a los empleadores de la Florida. Una empresa de Florida puede estructurar la relación de trabajo como contratación independiente en lugar de empleo permanente siempre y cuando el individuo sea libre de trabajar para otras empresas para evitar las obligaciones del empleador en lo referente a indemnizaciones y cobertura de seguro de desempleo.

La mayoría de los empleadores de la Florida deben pagar un impuesto de compensación por desempleo por los primeros 7.000 dólares de salarios pagados a cada empleado durante un año calendario en un porcentaje variable anual, de acuerdo a las prestaciones pagadas, variando aproximadamente entre el 2,7 y 5,4 por ciento.

Además todos los empleadores con tres o más empleados deben obtener un seguro de compensación al trabajador a través de una agencia de seguros o calificar con el Departamento de Trabajo de Florida como un auto asegurador.

Marcas registradas y marcas de servicio.

Las marcas comerciales relacionadas con productos y las marcas de servicio relacionadas con la prestación de servicios pueden ser protegidas en el estado de Florida mediante la presentación de una solicitud a la división de corporaciones de la secretaría de estado de Florida. El registro debe realizarse antes del uso de la marca y a la solicitud se deben adjuntar muestras de la marca tal como se utiliza normalmente se adjuntarán a la solicitud.

Según las actuales leyes del estado de Florida los registros de las marcas son prueba y evidencia de que una persona o corporación tienen el derecho exclusivo a utilizar la marca en el estado y relacionarla con los productos o servicios especificados en el certificado de registro.

Un registro estatal de marca es efectivo por un período de diez años desde la fecha de emisión y podrá renovarse por uno o más plazos de renovación de diez años sobre la presentación de una solicitud de renovación. Las solicitudes de renovación deberán presentarse durante el período de seis meses inmediatamente anteriores a la fecha de expiración prevista del registro o período de renovación.

Testamentos y Sucesiones.

La preparación de una voluntad propia y el proceso de sucesión en el estado de Florida son temas importantes que se deben abordar por parte de las personas que trabajan en el estado. Por lo general, en ausencia de un testamento, la distribución de los bienes de una persona que muere en el estado se hará de acuerdo a los estatutos de la Florida. Un documento debidamente elaborado puede anular las normas del estado y facilitar la distribución de asignaciones específicas a familiares, amigos e instituciones de beneficencia, de acuerdo a la voluntad del fallecido.

En el estado de Florida no existe el impuesto de sucesiones es decir no existe un impuesto sobre la valor de la propiedad recibida por un beneficiario, pero si la persona muere en Florida y esta ha beneficiado a alguien situado en otro estado o país con un impuesto a la herencia el beneficiario puede o debe pagar un impuesto de sucesiones en función de la normativa fiscal efectiva en ese estado o en el país extranjero.

En Florida la legalización de un testamento o de un procedimiento judicial donde hay testamento debe ser completada en un plazo de 12 meses con algunas excepciones.

CAPITULO 2

DETERMINACIÓN DE LOS PARÁMETROS DESEADOS POR LA DIRECCIÓN DE GRAIMAN CÍA. LTDA. PARA LA CREACIÓN Y OPERACIÓN DE LA DISTRIBUIDORA DE GRAIMAN CÍA. LTDA. EN ESTADOS UNIDOS.

Los ejecutivos de Graiman Cía. Ltda. han venido realizando reuniones para bosquejar los lineamientos para la creación y operación de una distribuidora de sus productos, que se conoce con el nombre de Centro Graiman.

Entre los parámetros generales que se han discutido están:

Local para sala de exhibición y ventas y bodega.

Para el inicio del proyecto se ha designado al Director Comercial como el encargado de recopilar la información correspondiente a la ubicación óptima para la apertura y operación del Centro Graiman en la ciudad de Miami. Se tiene previsto que la sala de exhibición y ventas tenga un área de entre 200 y 300 metros cuadrados. Para la bodega se ha calculado que se requiere un área cubierta de entre 1.500 y 2.000 metros cuadrados.

De la información recopilada y visitas realizadas a la ciudad de Miami se ha obtenido un monto aproximado de inversión en lo que se refiere a la sala de exhibición y venta y bodega, el mismo que asciende a USD 2.000.000.

Las áreas se han determinado en función de los locales de la competencia observados en la ciudad de Miami y de la experiencia que se ha obtenido en la operación de los 13 Centros Graiman a nivel nacional.

Para la adecuación y decoración del local se tiene prevista una inversión de USD 500.000 que incluye equipamiento de oficina, mobiliario de exhibición y oficina, decoración de la sala de exhibición y ventas y equipamiento de bodega.

Para la implementación de la sala de exhibición y ventas se tomará como referencia el manual de implementación de los Centros Graiman y el manual de imagen corporativa y marca de Graiman Cía. Ltda.

Para la selección de los productos a exhibir se cuenta con la experiencia e información correspondiente a las ventas realizadas a los distribuidores en Miami por los últimos 10 años. Se cuenta con todo el conocimiento en lo que se refiere a gustos y preferencias del consumidor en relación a formatos, colores y diseños.

Aun se debe tomar la decisión de si se realizará una compra definitiva del inmueble escogido o si se planteará la figura de leasing o arrendamiento con opción de compra.

Nivel de ventas esperado.

En relación al nivel de ventas esperado para el Centro Graiman en Miami se aspira en primera instancia a cubrir el mismo volumen que actualmente se maneja con los distribuidores del estado de Florida, esto es 20.000m² mensuales para las dos líneas de producto principales: cerámica y porcellanato. Este volumen mensual traducido a dólares de ventas llega a un nivel promedio de USD 150.000,00 de facturación mensual para un gran total aproximado de USD 1.800.000,00 por año.

Posteriormente, desde mediados del año 2011 se aspiraría a que las ventas se incrementen anualmente en un 2% que es la tasa promedio a la que venía creciendo el mercado de pisos y revestimientos cerámicos antes de la crisis inmobiliaria y financiera que inició en el año 2008 y que aparentemente ya ha finalizado dado que la economía de Estados Unidos empieza a mostrar recuperación en sus niveles de empleo y consumo.

Metas de nivel corporativo.

A nivel corporativo el principal objetivo que se busca con la apertura de un Centro Graiman en la ciudad de Miami en Estados Unidos es el de dar a la marca presencia y reconocimiento a nivel internacional.

Como se comentó en la introducción la empresa Graiman Cía. Ltda. viene exportando sus productos a toda América latina desde hace más de 10 años a través de distribuidores en cada país, zona geográfica determinada o estado si se trata de Estados Unidos. Con la apertura de la primera operación controlada por la compañía se pretende iniciar un proceso para incursionar directamente en varios mercados estratégicos de la región.

Dado que la ciudad de Miami es un punto de tráfico y conexión entre varios países de norte, centro y sur América se prevé que la marca Graiman alcance un nivel de reconocimiento positivo al comercializarse directamente en esta ciudad.

Además a nivel de conocimiento de mercado un beneficio que la empresa obtendría de aperturar una operación en la ciudad de Miami es que se recibiría información de primera mano de los clientes y consumidores en relación a precios, gustos y preferencias en diseño, colores, acabados, etc.

Inicio de operaciones posteriores.

La administración de Graiman Cía. Ltda. desea que la apertura del primer Centro Graiman en la ciudad de Miami sirva como un punto de partida y referencia para la apertura de otros puntos de operación directa de la empresa en otras ciudades de Estados Unidos.

Por lo tanto se puede decir que el Centro Graiman de Miami es un proyecto piloto que servirá de guía y referencia para futuras operaciones por lo que se requiere llevar un registro detallado de todos los requisitos, actividades y operaciones llevadas a cabo para su apertura.

Para la creación de la empresa que respaldará la operación del centro Graiman en Miami se requiere que se cumplan todos los requisitos de orden legal requeridos por el estado de Florida y la ciudad de Miami en lo que respecta a temas corporativos, fiscales, laborales, ambientales y operacionales como seguros, etc.

CAPITULO 3

FORMULACIÓN DE LA ESTRATEGIA LEGAL A EMPLEAR PARA LA CREACIÓN Y OPERACIÓN DE LA DISTRIBUIDORA DE GRAIMAN CÍA. LTDA. EN ESTADOS UNIDOS.

A nivel general el plan estratégico de Graiman Cía. Ltda. contempla los siguientes puntos principales:

Misión de la empresa.

La misión de Graiman Cía. Ltda. es:

“Producir y comercializar cerámica plana y porcelanato, usando tecnología de vanguardia, amigable al medio ambiente, afianzándonos con altos estándares de calidad, servicio y eficiencia, manteniendo un personal con capacidad técnica, promoviendo el cumplimiento de principios éticos, morales y el desarrollo de virtudes humanas”.

Metas.

Las metas crucialmente importantes fijadas por la organización son:

-Rentabilidad: Brindar al cliente un producto de altísima calidad, a precios accesibles, sin descuidar los costos, logrando de esta manera obtener réditos económicos.

-Liderazgo: Estar a la vanguardia en diseño, tecnología, tendencias y gustos del cliente, cualidades que permiten a la empresa posicionarse como una de las empresas líderes en el mercado de acabados de la construcción.

-Perdurar en el tiempo: La consecución de las dos primeras metas brindan a la empresa un señalado posicionamiento y demanda en el sector antes descrito, lo cual se convierte en el mayor activo, permitiendo mantenerse y desarrollarse a través del tiempo.

Política de calidad.

Como base de su operación internacional Graiman Cía. Ltda. ha determinado la siguiente política de la calidad:

-Satisfacción de los clientes: Investigar permanente las necesidades de nuestros clientes y específicamente el uso que le dan a nuestros revestimientos cerámicos con el fin de satisfacer sus requisitos.

-Productos conformes con normas nacionales e internacionales: Fabricar y comercializar revestimientos cerámicos con altos estándares de calidad, asegurándonos que cumplan con normas nacionales e internacionales.

-Colaboradores confiables y con altos estándares de desempeño:

Mantener un grupo humano con capacidad técnica, promover el cumplimiento de los principios éticos, morales y el desarrollo de las virtudes humanas.

-Mejoramiento continuo: Mejorar continuamente los procesos empleando tecnología moderna y materiales que cumplan los requisitos necesarios.

Aspectos legales.

En relación a la estrategia desde el punto de vista legal se requiere que se forme una empresa con responsabilidad limitada, cuyo único dueño sea Graiman Cía. Ltda. De la información revisada la figura que más se adapta a estos requerimientos en la compañía de responsabilidad limitada o LLC (Limited Liability Company).

Esta compañía debe cumplir con todos los requisitos establecidos por el estado de Florida en relación a registro de la empresa, registro de marcas, tributación, contratación de seguros, responsabilidades de tipo ambiental, requisitos laborales y de bienes raíces.

En relación con este último punto se debe determinar las implicaciones y conveniencia de realizar la adquisición de un inmueble versus la posibilidad de arrendarlo con un contrato de leasing con opción de compra.

Para todos estos aspectos se deberá contratar los servicios profesionales de un buffet de abogados de Miami. Los abogados de Graiman Cía. Ltda. en Ecuador serán los encargados de contactar, recomendar y contratar los servicios legales requeridos.

CAPITULO 4

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

El anhelo de los ejecutivos de Graiman Cía. Ltda. de establecer y operar un Centro Graiman para comercializar los productos en la ciudad de Miami, estado de Florida, Estados Unidos, responde a una realidad objetiva dado que los productos de la empresa se han venido comercializando exitosamente en este mercado por más de 10 años.

De la investigación realizada en referencia al marco legal vigente en la ciudad de Miami, el estado de Florida y Estados Unidos en relación a la normativa para establecer y operar una empresa se obtuvieron datos e información relevante para que los directivos de Graiman Cía. Ltda. puedan definir la figura legal a emplear.

Para la creación de la empresa que operará el Centro Graiman en Miami recomendamos que la figura legal a emplear sea la de compañía de responsabilidad limitada conocida como LLC, la misma que permitirá que se pueda operar con un sólo dueño que será Graiman Cía. Ltda. en Ecuador con una figura de protección en relación a la responsabilidad sobre las acciones y operación de la compañía en Miami.

Consideramos también que los asesores legales de Graiman Cía. Ltda. en Ecuador deberán buscar y contratar asesoría legal en la ciudad de Miami con la finalidad de establecer la compañía cumpliendo con todos los requisitos de tipo legal establecidos por las leyes y estatutos de la Florida en relación a su creación y registro en el Departamento de Estado de Florida.

Además se deberán cumplir con todos los requisitos de tipo legal en lo referente a la contratación de seguros para la operación de la compañía tales como cobertura completa incluida la protección contra incendios, tormentas, granizo, tormentas de viento, vandalismo y daños maliciosos, seguro de responsabilidad civil, incluida la protección contra pérdidas financieras resultantes de las reclamaciones de lesiones corporales o daños a la propiedad y pueden incluir propietario / inquilino, seguros de automóviles por daños físicos y cobertura de responsabilidad civil para los vehículos de propiedad de la empresa.

También de deben tomar en cuenta los factores de tipo tributario en relación a los impuesto específicos del estado de Florida que son impuesto a la renta, impuesto sobre las ventas, sobre la propiedad y los impuestos locales del condado donde se decida comprar o alquilar en bien inmueble donde operará la empresa.

Finalmente podemos decir que si bien el marco legal del estado de Florida es extenso y aparentemente complicado en ciertos aspectos mediante la obtención de una correcta asesoría de tipo legal que se obtenga tanto a nivel nacional como internacional la compañía Graiman Cia. Ltda. puede establecer exitosamente su operación en la ciudad de Miami.

BIBLIOGRAFIA Y REFERENCIAS

CAMPBELL, Christian. *Legal Aspects of Doing Business in North America (2009)*. Publicado por Yorkhill Law Publishing, 2009. ISBN 978-0-557-20339-0.

KLEIN, William; COFFEE, John. *Business Organization and Finance – Legal and Economic Principles*. Publicado por Foundation Press, 2007. ISBN 978-1-59941-232-0.

WIKIPEDIA. Derecho Anglosajón.
http://es.wikipedia.org/wiki/Derecho_anglosaj%C3%B3n (Consulta 27 de marzo del 2010).

WIKIPEDIA. Estados Unidos Ambiente Político-Legal.
http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_Unidos#Organizaci.C3.B3n_pol.C3.ADtico-administrativa (Consulta 12 de marzo del 2010).

WIKIPEDIA. Government of Florida (Gobierno de Florida).
http://en.wikipedia.org/wiki/Government_of_Florida (Consulta 15 de marzo del 2010).

THE FLORIDA SENATE. Florida Statutes.
<http://www.flsenate.gov/Statutes/index.cfm?Mode=View%20Statutes&Submenu=1&Tab=statutes&CFID=208473727&CFTOKEN=95988069> (Consulta el 24 de abril del 2010).

THE FLORIDA SENATE. The Florida Constitution.

<http://www.flsenate.gov/Statutes/index.cfm?Mode=Constitution&Submenu=3&Tab=statutes&CFID=208473727&CFTOKEN=95988069> (Consulta el 27 de abril del 2010).

ANEXOS

Anexo 1.

Importaciones de revestimientos cerámicos en el mercado de Estados Unidos.

Información sobre nuestras publicaciones

Análisis histórico de todos los recubrimientos cerámicos

1978 hasta el tercer trimestre de 2007 inclusive (Medidas en miles de pies cuadrados)

Año	Embarques Nacionales ¹	Importaciones de EE.UU. ²	Exportaciones de EE.UU.	Consumo Totals	Penetración de Importaciones ⁴
1978	301,710	253,897	5,802	549,805	46.2%
1979	312,795	291,577	6,688	597,684	48.8%
1980	297,633	255,412	7,942	545,103	46.9%
1981	299,776	254,658	11,151	543,283	46.9%
1982	304,696	225,780	11,829	518,647	43.5%
1983	348,305	297,498	10,008	635,795	46.8%
1984	408,737	448,405	8,337	848,805	52.8%
1985	393,494	507,429	6,126	894,797	56.7%
1986	452,193	485,875	6,055	932,013	52.1%
1987	478,917	509,791	6,860	981,848	51.9%
1988	470,696	515,787	9,513	976,970	52.8%
1989	543,081	637,075	27,130	1,153,026	55.3%
1990	509,225	520,434	9,185	1,020,474	51.0%
1991	484,790	443,049	12,033	915,806	48.4%
1992	495,676	546,376	9,476	1,032,576	52.9%
1993	558,708	641,618	12,499	1,187,827	54.0%
1994	604,408	711,203	10,400	1,305,211	54.5%
1995	568,094	774,591	48,790	1,293,895	59.9%
1996	580,392	884,018	39,366	1,425,044	62.0%
1997	618,978	1,022,898	47,473	1,594,403	64.2%
1998	636,805	1,232,975	45,723	1,824,057	67.6%
1999	636,242	1,494,042	42,282	2,088,002	71.6%
2000	620,064	1,685,716	42,685	2,263,094	74.5%
2001	591,080	1,716,371	33,306	2,274,145	75.5%
2002	649,488	2,034,634	41,705	2,642,417	77.0%
2003	614,955	2,231,188	28,938	2,817,205	78.2%
2004	695,386	2,488,181	34,727	3,148,840	79.2%
2005	658,198	2,638,359	37,022	3,259,535	80.9%
2006	629,672	2,732,199	45,107	3,316,764	82.4%
2007	426,904	1,696,116	36,800	2,086,220	81.3%

FUENTE: Departamento de Comercio de EE.UU., Series MQ32D, IM146, y EM545.

Fuente: Tile Council of North America: <http://www.tileusa.com/speechindex.htm>

Anexo 2.

Importaciones de Estados Unidos de revestimientos de cerámica plana en m2 2005-2009

List of supplying markets for a product imported by United States of America

Product : 690890 Tiles, cubes and sim nes, glazed ceramics

ITC calculations based on COMTRADE statistics until January, 2009.

Exporters	2005	2006	2007	2008	2009
	Imported quantity m2				
World	232,004,534.46	270,715,900.85	220,975,211.61	167,899,516.32	110,384,000.00
Mexico	28,865,900.85	35,456,469.17	32,907,255.14	30,776,118.50	33,365,000.00
China	14,145,767.84	24,999,274.49	25,682,769.04	23,927,206.77	24,724,000.00
Italy	93,883,615.48	106,810,157.19	87,125,634.82	61,586,154.78	16,829,000.00
Brazil	26,823,397.82	28,556,227.33	21,330,350.67	13,245,344.62	8,733,000.00
Thailand	6,009,492.14	4,864,631.20	4,287,726.72	3,866,021.77	7,238,000.00
Spain	33,887,001.21	39,087,122.13	28,576,420.80	17,782,950.42	6,491,000.00
Colombia	2,137,363.97	3,163,301.09	2,271,463.12	3,361,124.55	4,553,000.00
Peru	900,967.35	1,184,340.99	1,391,898.43	1,713,966.14	2,432,000.00
Turkey	9,421,463.12	8,638,391.78	5,931,015.72	3,724,546.55	2,007,000.00
Argentina	2,427,932.29	3,028,234.58	2,650,665.05	1,881,438.94	1,158,000.00
Indonesia	5,789,600.97	6,730,350.67	2,044,800.48	969,347.04	561,000.00
Malaysia	616,928.66	736,094.32	224,909.31	125,574.37	368,000.00
Ecuador	494,014.51	467,896.01	432,406.29	363,422.01	287,000.00
Hong Kong (SARC)	104,353.08	233,736.40	508,887.55	325,695.28	259,000.00
Japan	1,425,151.15	1,282,466.75	1,023,518.74	786,880.29	204,000.00
Portugal	747,642.08	842,926.24	688,875.45	306,227.33	185,000.00
Germany	754,897.22	1,060,459.49	1,078,113.66	979,201.93	150,000.00
Uruguay	92,563.48	217,412.33	296,493.35	120,556.23	131,000.00
Sri Lanka	315,779.93	395,586.46	367,291.41	322,490.93	86,000.00
United Kingdom	413,966.14	425,634.82	330,048.37	289,359.13	79,000.00
Netherlands	138,149.94	138,512.70	237,001.21	250,000.00	73,000.00
India	85,973.40	121,402.66	109,008.46	94,316.81	70,000.00
Republic of Korea	458,524.79	377,327.69	309,250.30	232,285.37	67,000.00
Israel	130,169.29	163,845.22	49,334.95	54,171.70	63,000.00
Guatemala	2,962.52	6,287.79	31,378.48	18,077.39	48,000.00
Egypt	147,823.46	192,926.24	139,721.89	128,718.26	47,000.00
Viet Nam	44,195.89	63,482.47	41,656.59	27,750.91	37,000.00
Canada	105,622.73	256,590.08	227,992.74	195,707.38	28,000.00
Otros	1,633,313.18	1,214,812.58	679,322.85	444,860.94	111,000.00

NOTA: LAS CANTIDADES EN m2 PARA LOS AÑOS 2005, 2006, 2007 Y 2008 SE TRANSFORMARON DE TONELADAS A m2 USANDO LA EQUIVALENCIA 1m2 = 16.54 kg.

MARKET PARTICIPATION	2005	2006	2007	2008	2009
	Imported quantity m2				
Ecuador	0.21%	0.17%	0.20%	0.22%	0.26%

Fuente: Trade map: http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx

Anexo 3.

Distribución de la riqueza por estado dentro de los Estados Unidos.

N.	State	2005	%
	United States	10,251,639,101	100.00%
1	California	1,338,181,149	13.06%
2	New York	779,941,477	7.61%
3	Texas	742,074,132	7.24%
4	Florida	590,953,592	5.76%
5	Illinois	461,013,944	4.50%
6	Pennsylvania	433,752,402	4.23%
7	New Jersey	381,594,593	3.72%
8	Ohio	372,331,720	3.63%
9	Michigan	335,164,448	3.27%
10	Virginia	290,511,244	2.83%
11	Massachusetts	283,391,139	2.78%
12	Georgia	282,347,266	2.76%
13	North Carolina	265,296,307	2.58%
14	Maryland	233,873,990	2.28%
15	Washington	222,642,504	2.17%
16	Indiana	196,160,183	1.91%
17	Minnesota	191,829,772	1.87%
18	wisconsin	185,821,302	1.81%
19	Tennessee	185,488,265	1.81%
20	Missouri	185,025,507	1.80%
21	Arizona	179,765,455	1.75%
22	Colorado	177,025,206	1.73%
23	Connecticut	167,058,193	1.64%
24	Alabama	132,796,185	1.30%
25	South Carolina	120,639,202	1.18%

Fuente: Wikipedia: http://es.wikipedia.org/wiki/Estados_Unidos