

# Internacionalización de Servicios Profesionales, Propiedad Intelectual y Contenidos –

Oportunidades, Desafíos y Claves para el Desarrollo  
Exportador de estas actividades, de alto valor agregado y  
generadoras de empleo calificado.

**Foro IBEROEKA – CYTED**

Lima, Noviembre de 2009

**Alejandro Vicchi**



## ***1. Distintos criterios sobre exportación de servicios***

- Negociaciones internacionales (inter-gubernamentales)***
- Legislación tributaria (cada tributo, un concepto ad hoc)***
- Cuentas nacionales (estadística, movimiento de divisas)***

## ***2. Exportaciones intangibles***

- Propiedad intelectual ... Servicios***

# **Exportación de servicios profesionales:**

**Autodiagnóstico de competitividad**

**Investigación de mercados**

## **Aspectos que intervienen:**

**Estrategia Exportadora**

**Internacionalización de la firma**

**Planeamiento y control de las acciones**

**Comercialización internacional (acciones de venta, misiones, ferias)**

**Aspectos económicos: normas impositivas, cambiarias, aduaneras**

**Aspectos jurídicos: contratos, apertura de filiales, registro de marcas**

**Casos particulares: derechos de autor, licencias y patentes**

**Otros aspectos: migraciones, regulación del ejercicio profesional**

**Acuerdos internacionales sobre comercio de servicios, doble imposición, etc**

***El servicio es una actividad económica, intangible, invisible y perecedera (no se puede almacenar) que exige una interacción directa entre consumidor y proveedor.***

**“¿Quién exporta servicios?”**

**Ud. es exportador de servicios cuando una prestación de servicios es pagada por un cliente “no residente”, independientemente de donde se presta.”**

ITC UNCTAD/WTO

**“¿Cómo se comercializan los servicios?”**

**Los servicios se determinan en cuatro modalidades de prestación:  
Provisión transfronteriza. Provisión a un visitante extranjero.  
Establecimiento de presencia comercial en el extranjero. Viaje al exterior para suministrar servicio.”**

# LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS, UN FENÓMENO COTIDIANO

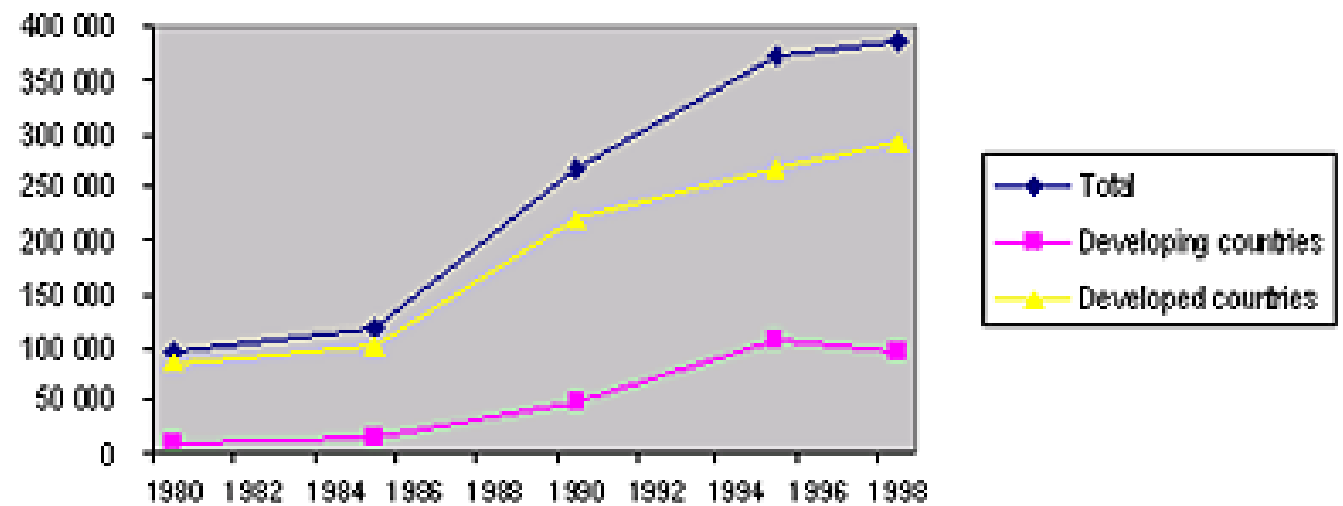
Dependiendo del rubro, + / - tradicionales

- ✓ **Turismo**
- ✓ **Educación (estudiantes extranjeros)**
- ✓ **Servicios financieros**
- ✓ **Tratamientos médicos**
- ✓ **Call Centers**
- ✓ **Servicios profesionales**

# EXPANSIÓN ACTUAL DEL COMERCIO DE SERVICIOS E INDUSTRIAS CULTURALES:

- Globalización
- Tecnología
- Outsourcing

Comercio mundial de bienes culturales (millones de USD), 1980-98

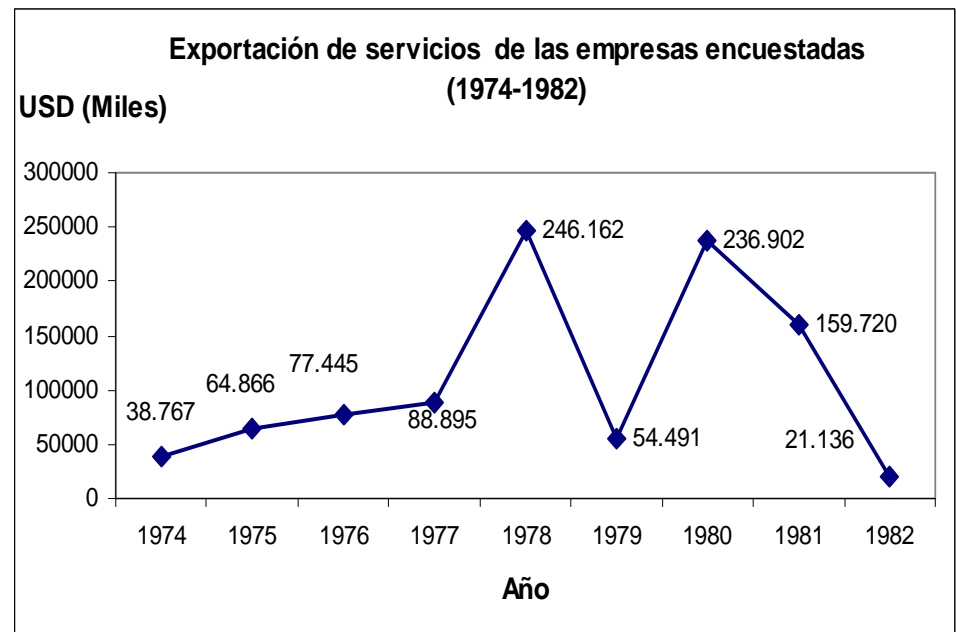


'Study on International Flows of Cultural Goods between. 1980-98'. UNESCO, 2000

## ANTECEDENTES DEL COMERCIO DE SERVICIOS:

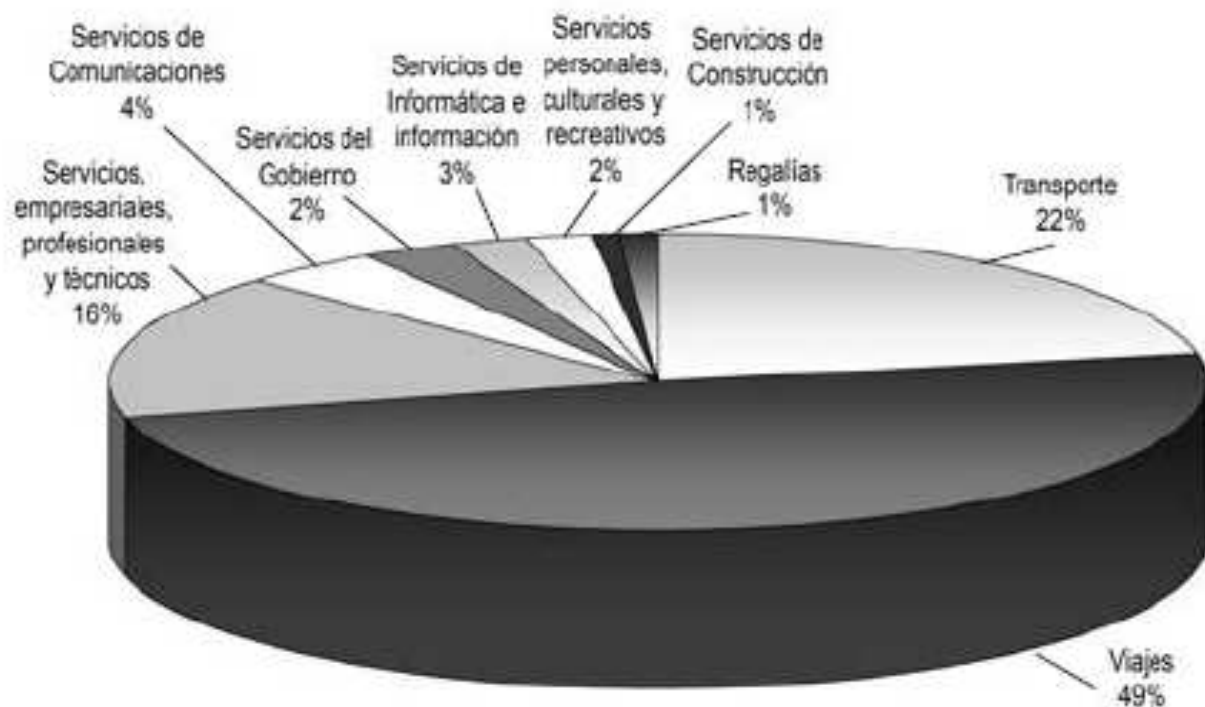
-Un ejemplo:

**1983: Sobre 92 empresas argentinas constructoras y de ingeniería encuestadas, 21 habían realizado trabajos en el exterior y 17 se habían presentado en licitaciones y concursos fuera del país. Once tenían filiales en el exterior.**



“Exportación argentina de servicios de ingeniería y construcción” F. Gatto y B. CEPAL Buenos Aires, 1983.

## EXPORTACIONES DE SERVICIOS. PRINCIPALES RUBROS (%). ARGENTINA. AÑO 2004



*Ingresos x exportación de Servicios empresariales, profesionales y técnicos: USD 810 M (2004)*

*Comparación – commodities:*

*Cereales:*

*USD 2.700 M*

*Petróleo crudo:*

*USD 2.300 M*

*Gas de petróleo:*

*USD 1.130 M*

Fuente: CEDEM, Secretaría de Producción, Turismo y Desarrollo Sustentable, en base a datos del INDEC.

## MODALIDADES DE LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS

**Modo 1. *Suministro transfronterizo.*** Es el equivalente a la forma normal de comercio de bienes. Hay separación geográfica entre comprador y vendedor y lo único que se desplaza es la prestación; "a distancia", sin movimiento de personal, por medios electrónicos, por ej.

**Modo 2. *Consumo en el exterior.*** El consumidor recibe la prestación del servicio en el país donde tiene sede el proveedor (turismo, educación, salud). Para éste, así como para la autoridad fiscal, es prácticamente como operar en el mercado local.

**Modo 3. *Presencia comercial*** (del prestador) en el extranjero: apertura de filiales para atender los mercados del exterior (consultoras, agencias de publicidad, estudios de servicios profesionales). Algunos países la promueven por la captación de inversiones; en otros hay exigencias severas como control de la sociedad por socios locales.

**Modo 4. *Desplazamiento de personal*** para prestar servicios en el exterior; puede darse junto con el modo 3 (para desempeñarse en la filial) o no (en casos de desplazamiento por períodos cortos para atender contratos preestablecidos (no confundir con el movimiento migratorio de particulares). Involucra normas migratorias.

# Normativas relacionadas con el Comercio de Servicios

## Legislación nacional y local

- Aduanera
- Impositiva: Ventas (IVA), Renta (Ganancias)
- Inversiones: Apertura de filiales
- Laboral y Migratoria: Ingreso de trabajadores y empresarios; cargas
- Política Comercial: Reserva de mercado
- Administración Pública: Compras Gubernamentales
- Ejercicio profesional: Reconocimiento de títulos, profesiones reguladas
- Propiedad Intelectual: Transferencia, protección de P.I., patentes y marcas
- Política Industrial: Subvenciones
- Cambiaria: Ingreso y egreso de divisas

# Normativas relacionadas con el Comercio de Servicios

## Negociaciones internacionales

### MULTISECTORIALES

#### Multilaterales – OMC

Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (GATS ó AGCS)

Acuerdo OMC sobre Propiedad Intelectual (TRIPS)

Otros: Compras Gubernamentales, Inversiones, Subvenciones, Obstáculos Técnicos

#### Regionales – Ej. Mercosur

Comercio de Servicios – Compras Gubernamentales

Visa Mercosur – Facilitación de Actividades Empresariales

#### Bilaterales

Tratados de Libre Comercio de 4ta. Generación (Servicios, Inversiones, Compras...)

Convenios para evitar la Doble Imposición

Otros: Inversiones, Migraciones, Educación, etc.

#### SECTORIALES: Específicas del sector

Gobiernos, Asociaciones profesionales (ej. UIA, Mercosur)

## COMPARACIÓN DE LA OPERATORIA EN LA EXPORTACIÓN DE BIENES Y DE SERVICIOS

<b>BIENES</b>	<b>SERVICIOS</b>
Control aduanero fronterizo	No hay control aduanero
Nomenclatura con posición arancelaria	No hay posición arancelaria
Derecho de exportación + arancel de importación	No hay derecho de exportación ni de importación pero sí retenciones por Impuesto a las Ganancias
Estímulos fiscales	No hay estímulos fiscales
Exento de IVA	Exento de IVA *
Exento de Ingresos Brutos	Según jurisdicción y modalidad
Flete y seguro a las cargas	No corresponde; viajes personales, medios electrónicos o postales
Para-arancelarias típicas: requisitos de calidad, salubridad, metrología, etiquetado, etc.	Para-arancelarias dependiendo del modo: migraciones, compras gubernamentales, reconocimiento de títulos...
(Arg.) Divisas sometidas al régimen cambiario del Banco Central	(Arg.) Divisas sometidas al régimen cambiario del Banco Central
Envío de muestras y exhibición de producto en ferias como práctica comercial	No hay muestras; eventualmente participación en ferias, congresos, etc.

## Siempre según el rubro, el país y la modalidad...

MODO	BARRERAS ECONÓMICAS ("ARANCELARIAS")	BARRERAS NO-ECONÓMICAS ("PARA-ARANCELARIAS")
1. Transfronterizo	Retención de Impuesto a las Ganancias/Renta	Reserva de mercado
2. Consumo en el exterior	No estrictamente; imposición propia del mercado local -> reembolso	
3. Presencia comercial	Retención de Impuesto a las Ganancias/Renta	Socio local en control de la firma; porcentaje de personal nativo...
4. Desplazamiento de personal	Retención de Impuesto a las Ganancias/Renta	Requisitos migratorios
COMUNES A TODAS LAS MODALIDADES: restricciones al movimiento de divisas, reserva de mercado en compras gubernamentales, y si se trata de profesiones reguladas, requisitos específicos para ejercer legalmente –al margen de la validación del título universitario.		

## Ejemplo de barrera económica:

### Retenciones al sector de Software y Servicios afines en México

CONCEPTO	TASA ISR
Pago de licencias por venta de software	25%
Pago de servicio de mantenimiento anual sobre licencias de software	25%
Honorarios por de horas de desarrollo de software o consultoría	25%
Honorarios por desarrollo de software llave en mano	25%
Regalías por derecho de autor	Hasta ingresos anuales por: \$ 5,270 el 3%
	Hasta ingresos anuales por: \$ 44,732 el 10%
	Hasta ingresos anuales por: \$ 78,613 el 17%
	Hasta ingresos anuales por: \$ 91,383 el 25%
	Hasta ingresos anuales por: \$ 109,411 el 32%
	Hasta ingresos anuales por: \$ 220,667 el 33%
	Más de \$ 220,668 el 34%
Honorarios por servicios de capacitación	25%

## Ejemplo de barrera no económica:

### Limitaciones al acceso al mercado mediante presencia comercial en Brasil (para todos los sectores)

*Foreign specialized technicians and highly qualified professionals may work under a temporary contract with legal entities, whether of national or foreign capital, established in Brazil. The pertinent contract must be approved by the Ministry of Labour. Approval of contracts of specialized technicians and highly qualified professionals takes into account the compatibility of their qualifications with the area of business in which the company is engaged. The company must justify the need to contract such professionals and technicians in relation to similar professionals and technicians available in Brazil.*

*Juridical persons must obey the proportionality of at least two Brazilians for three employees when engaged in the following activities listed in this offer: communications; land transportation; commercial stores in general; commercial offices; insurance; advertising; hotels and restaurants.*

**Fuente: Compromisos de Brasil, GATS/AGCS**

# Las Negociaciones Internacionales para liberalizar el Comercio de Servicios

**Convenios para evitar la doble imposición (bilaterales)**

**Negociaciones regionales y bilaterales**

❖ **Tratados de Libre Comercio (Nueva Generación: Comercio de Servicios, Compras Públicas, Inversiones)**

❖ **MERCOSUR: Protocolos sobre Comercio de Servicios, Compras Públicas, Facil. Actividades Empresariales, VISA MERCOSUR**

❖ **ALCA**

**Negociaciones Multilaterales en la Organización Mundial de Comercio:**

❖ **GATS (AGCS): Trato Nacional y Acceso a Mercados (excepto régimen migratorio y aspectos educativos)**

❖ **Compras Públicas, Propiedad Intelectual**

## Convenios para evitar la Doble Imposición

### Modelos:

**Criterio de fuente de la renta (sólo grava una de las partes)**

**Reconocimiento de la retención como crédito fiscal**

**Tasas máximas**

### Países con los que Argentina tiene C.D.I. de carácter general\*:

América	Europa	Resto del mundo
Bolivia Brasil Canadá Chile	Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Italia, Noruega, Países Bajos, Reino Unido, Suecia, Suiza	Australia

\* Los únicos C.D.I. sectoriales son para el transporte internacional

## **Problemática de las PYMES de servicios**

**Economía de escala (capacidad productiva y económica, poder de negociación)**

**Carencias estructurales (desarrollo gerencial, recursos humanos, organización, espacio físico)**

**Dificultades en acceso al financiamiento**

**Bajo aprovechamiento de la tecnología**

**Falta de información sobre oportunidades comerciales y de desarrollo empresarial; desconocimiento de mercados**

**Baja utilización de asesorías externas**

**Dificultad para desarrollar actividades sostenidas de I+D, mejora de procesos y calidad, y desarrollo de mercados externos**

# **Diagnóstico competitivo**

**Organización y producción**

**Situación competitiva local**

**Gestión de comercio exterior**

**Desarrollo de mercados externos**

# El desafío de comercializar servicios...

**“¿Porqué exportar servicios implica un desafío mayor?**

**Porque los servicios son intangibles y el servicio en realidad no existe hasta que es suministrado, es crítico para los prestadores de servicios el desarrollo de su perfil y credibilidad en nuevos mercados.”**

ITC UNCTAD/WTO

## **CERTIFICACIONES DE CALIDAD Y ACERVO**

**General: ISO 9001**

**Específicos: series CMM (software), acervo profesional (arquitectura)**

## **OTROS ELEMENTOS PARA UNA ESTRATEGIA DE INTERNACIONALIZACIÓN EN UNA EMPRESA DE SERVICIOS**

### **CARTERA DE REFERENCIAS INTERNACIONALES**

**Mediante operaciones con filiales locales de compañías extranjeras**

### **FORMACION DE EQUIPOS "INTERNACIONALES"**

**"Body-shopping" (India)– Incorporación de especialistas extranjeros**

### **RELACIONES PROFESIONALES Y PERSONALES**

**Congresos, ferias, "Diáspora" de profesionales**

### **BÚSQUEDA DE OPORTUNIDADES DE NEGOCIOS**

**Licitaciones y concursos internacionales**

**Misiones comerciales**

## INTERNACIONALIZACIÓN EN LA PRÁCTICA:

### CASO ALTÉCNICA LOCKWOOD GREENE

1990-94 Trabajar con clientes internacionales en la Argentina

1994-98 Acompañar a esos clientes en su expansión Regional

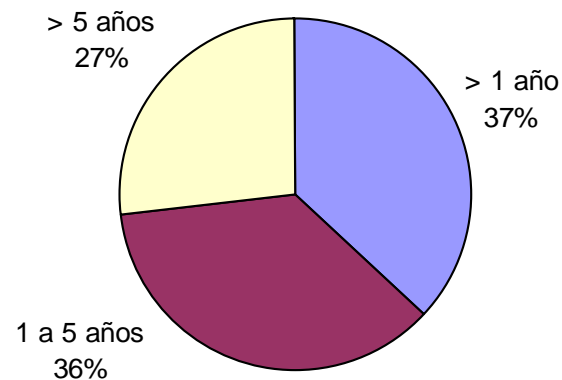
1997-00 Entrenamiento en USA y Europa de personal enviado por períodos de 6 meses (promedio); Trabajar con otras oficinas internacionales para proyectos en la Región

Desde 1999: Exportación desde Bs. As. a USA, Europa y Resto del mundo

FUENTE: LOCKWOOD GREENE

### PYMES EXPORTADORAS EXITOSAS

Tiempo medio estimado para el aprendizaje exportador



FUENTE: SEPYME EN BASE A DATOS DE FUNDES

## Factores de **Éxito** & **Fracaso**



1. **Contar con un Planenamiento a Largo Plazo**
2. **Los procedimientos y objetivos son claros, unicos y sus fines cumplen con las expectativas del cliente**
3. **Conocimiento de la Cultura y Costumbres del país a exportar**
4. **Seleccionar el personal clave para el proyecto**
5. **Definición clara de los roles y responsabilidades**

1. **Improvisación – Ignorar Riesgos**
2. **Falta de procedimientos y objetivos claros**
3. **Trabajar como si fuera un proyecto local más**
4. **No se estudia el perfil de los integrantes del equipo del proyecto**
5. **No que queda claro quien coordina**



FUENTE: LOCKWOOD GREENE

## **PASOS BÁSICOS:**

- ❖ **Autoevaluación previa de la aptitud para la exportación: estructura; capacidad financiera (3-5 años), capacidad de gestión y trabajo a distancia.**
- ❖ **Especialización: Definir un expertise particular que tenga demanda en los mercados internacionales, identificando en qué lugares se localiza la mayor demanda.**
- ❖ **Constituir equipos idóneos para trabajar según estándares internacionales y superar barreras culturales.**
- ❖ **Imagen y herramientas de comunicación adecuadas; sitio web y material de presentación de calidad, que refleje la proyección internacional.**
- ❖ **Identificar posibles contrapartes en el exterior; viajes frecuentes para establecer relaciones sólidas.**
- ❖ **Establecer alianzas con firmas o profesionales locales.**

**EVITAR CAER EN ERRORES COMUNES Y REDUCIR EL TIEMPO DE APRENDIZAJE  
RECURRIENDO A APOYO EXTERNO Y ALIANZAS ESTRATÉGICAS  
(ASOCIATIVISMO, NETWORKING INSTITUCIONAL-EMPRESARIAL)**

**CONSORCIOS DE EXPORTACIÓN**

**CÁMARAS SECTORIALES Y CONSEJOS PROFESIONALES**

**CÁMARAS BINACIONALES**

**ASOCIACIONES DE PROMOCIÓN (ADEX, ASEXMA, BAIREXPORT)**

## ***Plan sectorial de internacionalización de arquitectura.***



**Relevamiento de Oferta exportable de servicios de arquitectura**

- Directorio de Oferta exportable de arquitectura
- Diagnóstico sectorial
- Informes individuales de diagnóstico



**Capacitación**

## ***Relevamiento de oferta exportable de servicios de arquitectura***

### **Cantidad de estudios incluidos**

- ✦ 20 visitas de relevamiento a estudios seleccionados y contactados para ese fin
- ✦ 32 estudios completaron el formulario por sí mismos respondiendo a la convocatoria

### **Segmento objetivo del relevamiento**

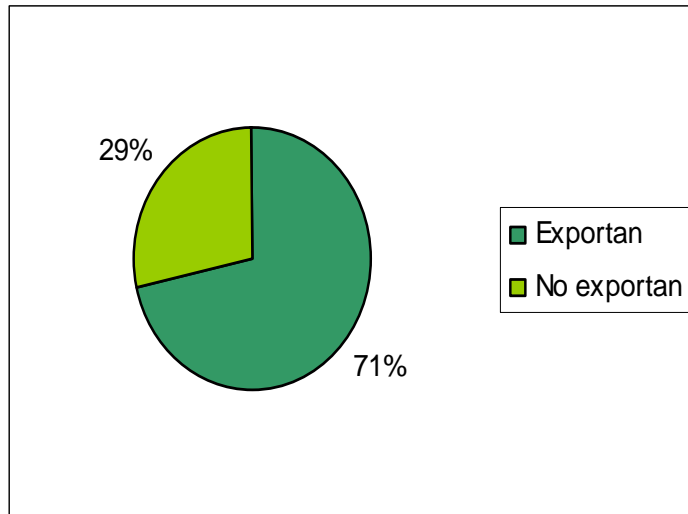
- ✦ Estudios pequeños y medianos de la C.A.B.A.
- ✦ Exportadores actuales o potenciales

## ¿Qué relevamos?

- ✦ Modalidad de trabajo
- ✦ Especializaciones
- ✦ Acervo profesional
- ✦ Exportaciones y presencia internacional
- ✦ Experiencia en el interior del país
- ✦ Concursos, licitaciones y premios
- ✦ Calidad
- ✦ Manejo de normas y estándares
- ✦ Imagen y comunicación
- ✦ Gestión comercial
- ✦ Acciones de promoción
- ✦ RRHH
- ✦ Financiamiento
- ✦ Tecnología
- ✦ Alianzas y asociatividad

# Resultados

## ¿Cuántos exportaron servicios?

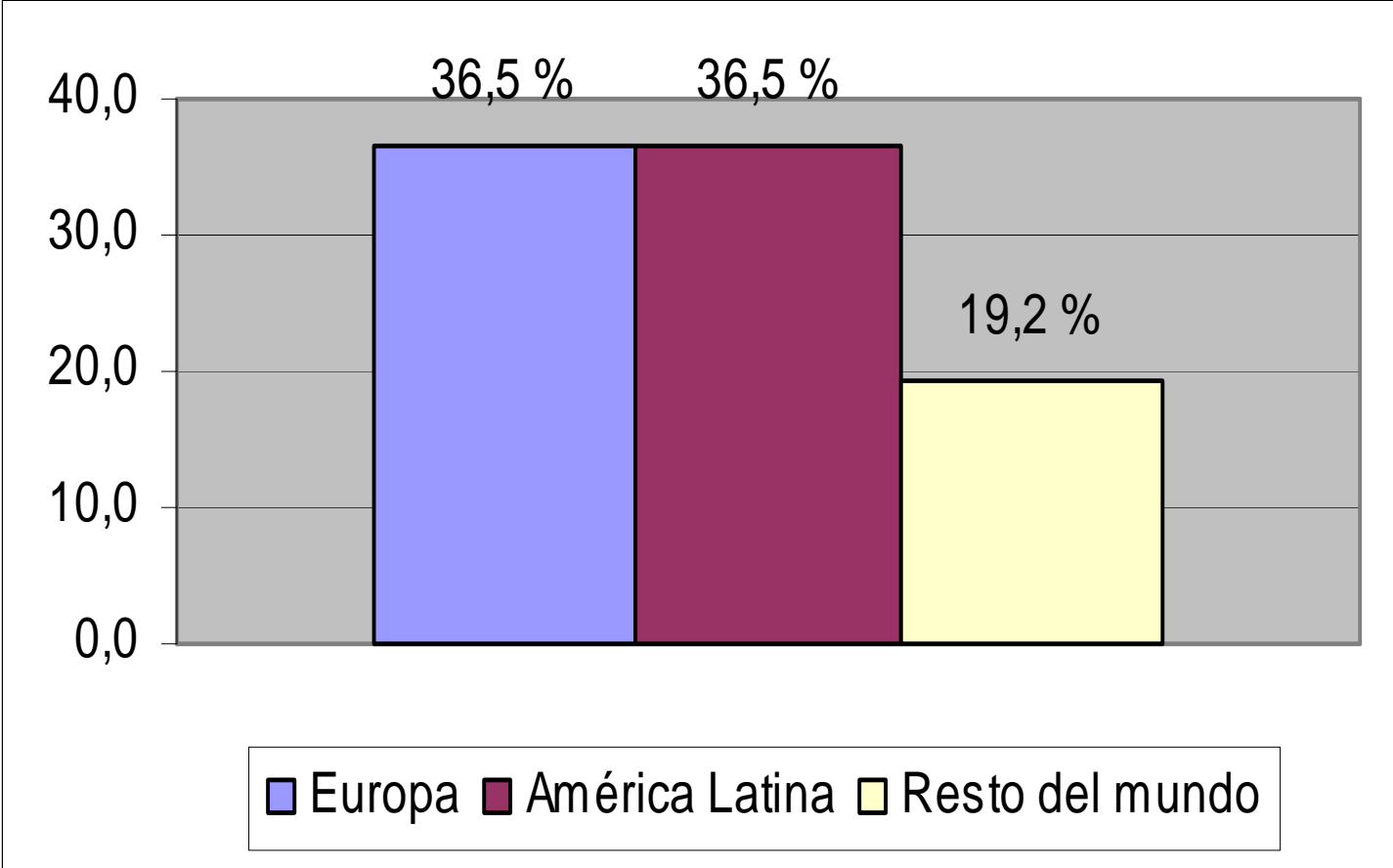


**Se trata mayoritariamente de experiencias aisladas, espontáneas individuales y sin continuidad**

## ¿Cuánto exportan sobre lo que facturan?

Rango (%)	% de exportación/facturación anual
1 al 10	13,46
10 al 15	3,85
15 al 20	3,85
20 al 25	17,31

# Mercados de interés

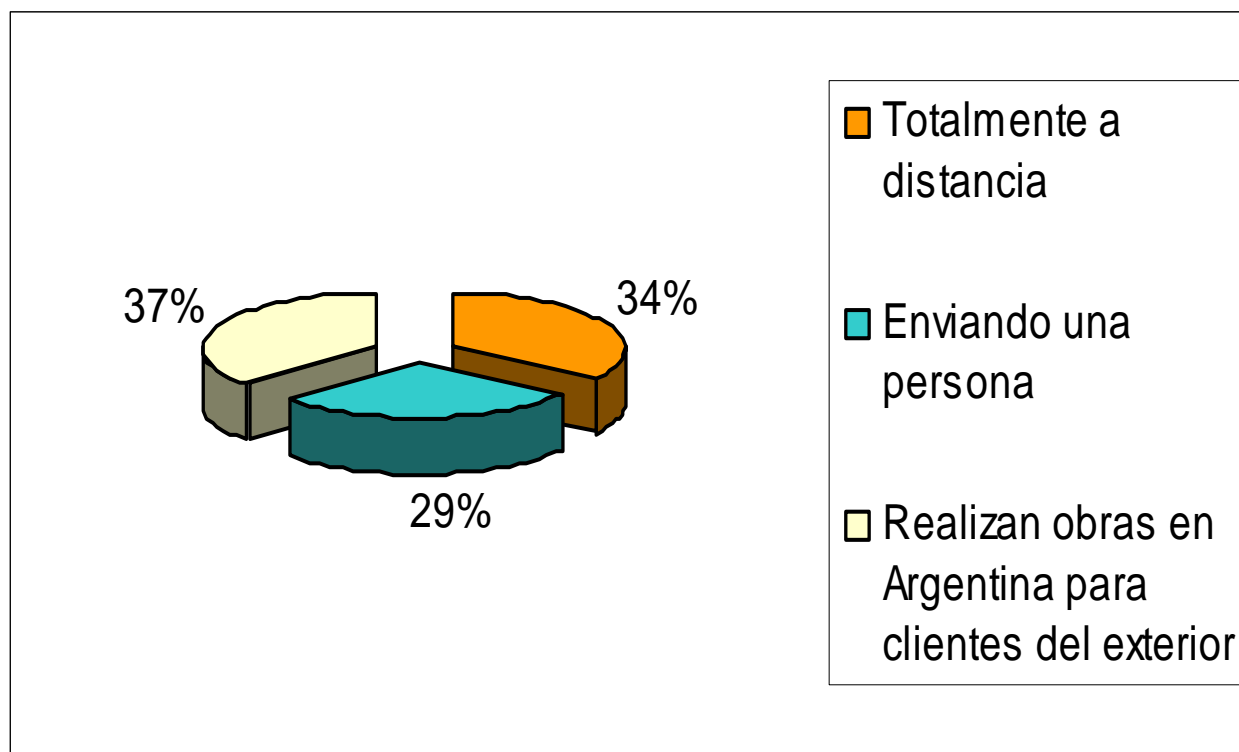


## Alianzas y redes



- ✦ El 75% de los estudios se asociaron con otros estudios para exportar sus servicios
- ✦ El 71% tiene contactos para trabajar en el exterior

# Modalidad de exportación



## Acceso al mercado internacional

<b>Tipos de Contactos</b>	<b>%</b>
Recomendaciones	46,2
Personales no profesionales	11,5
Búsqueda y acción comercial activa	17,3

**El 46 % NO sigue una estrategia definida para exportar sus servicios**

## Análisis

- ✦ Fortalezas actuales
- ✦ Oportunidades de mejora / debilidades relativas
- ✦ Debilidades actuales

## Fortalezas actuales

- ✦ Trayectoria con clientes del exterior
- ✦ Eventos internacionales y concursos
- ✦ Alianzas y asociatividad
- ✦ Redes de contactos
- ✦ Promoción y comunicación
- ✦ Desarrollo de capacidades del personal

## Oportunidades de mejora / Debilidades relativas

- ✦ Estrategia exportadora
- ✦ Visión de la actividad (arte-negocio)
- ✦ Experiencia en el interior del país
- ✦ Regulación del ejercicio en el exterior
- ✦ Personal (cantidad - estabilidad)
- ✦ Herramientas de imagen comercial
- ✦ Software aplicativo

## Debilidades actuales

- ✦ Manejo de aspectos operativos
- ✦ Escala
- ✦ Gestión comercial
- ✦ Presencia permanente en el exterior
- ✦ Financiamiento

## Observaciones adicionales

✦ Calidad

✦ Tecnología

✦ Desarrollo de productos

✦ Responsabilidad social y desarrollo sostenible

## Posibles líneas de acción

- ✦ Planificación, estrategia exportadora
- ✦ Actividades de promoción en el exterior
- ✦ Concientización del sector público
- ✦ Capacitación, asesoramiento y divulgación sobre aspectos operativos de la exportación, apertura de filiales, trabajo a distancia y e-marketing

## Posibles líneas de acción (cont.)

- ✦ Grupos exportadores (consorcios)
- ✦ Rondas de negocios bidireccionales
- ✦ Trabajo conjunto sectorial
- ✦ Responsabilidad social y ambiental;  
cooperación internacional

# Directorio de oferta exportable

Presentación Inglés/Español/Portugués

## Presentación comercial del estudio

- ✦ Servicios que comercializa
- ✦ Especialidades
- ✦ Imágenes del estudio y sus integrantes
- ✦ Trayectoria del estudio
- ✦ Cantidad de profesionales que lo integran
- ✦ Premios o menciones de trabajos, certificaciones
- ✦ Publicaciones, actividades académicas
- ✦ Países en/para los que ha trabajado
- ✦ Alianzas estratégicas y estudios con los que ha trabajado o trabaja

*Componente*

***Capacitación***

## Contenidos de la capacitación

- ✦ Introducción al comercio de servicios; internacionalización de PYMES y exportación de arquitectura
- ✦ Aspectos comerciales: investigación de mercados, estrategia y planificación, gestión comercial, imagen y comunicación, oportunidades de negocios, licitaciones y concursos, promoción internacional.
- ✦ Aspectos normativos y económicos: ejercicio profesional en el exterior, contratos internacionales, facturación, cobranza, impuestos, propiedad intelectual.

**¡ MUCHAS GRACIAS !**

**Alejandro Vicchi**

**E-mail:** [avicchi@bairexport.com](mailto:avicchi@bairexport.com)

[www.bairexport.com](http://www.bairexport.com)