

UNIVERSIDAD DE BELGRANO



Exportación de servicios profesionales

Su potencial de crecimiento y sus políticas de
apoyo.

María Inés Arán
Tutora: Analía Canale.

Indice

Portada	1
Indice	2
Introducción.....	3
Aspectos generales	4
Definición de los servicios profesionales.....	5
Razones para promover la exportación de servicios profesionales en Argentina	5
Situación del mercado a nivel global.....	6
Situación del mercado a nivel nacional.....	6
Casos exitosos de desarrollo del sector en otros países.....	11
Chile.....	12
Operativa	12
Instrumentos de promoción.....	13
Irlanda.....	14
Instrumentos de promoción.....	15
Cork.....	16
Aspectos a desarrollar para fomentar las exportaciones de servicios profesionales	17
Introducción	18
Aspectos legales y tributarios.....	18
Relaciones internacionales	20
MERCOSUR.....	20
Argentina y el resto del mundo.....	24
Educación y capacitación	25
Problemática del sector de servicios informáticos	27
Capacitación.....	29
Promoción	30
Financiación	34
Infraestructura tecnológica y telecomunicaciones	36
Zona franca de servicios	37
Conclusiones	39
Conclusiones	40
Anexos.....	41
Bibliografía	64

Introducción

La globalización y la utilización masiva de tecnologías que permiten la conexión instantánea entre distintas partes del mundo transformaron el comercio internacional en los últimos años. Han surgido nuevas formas de hacer negocios y aprovecharlas puede traducirse en un crecimiento diversificado de las exportaciones de un país como Argentina.

Analizando el éxito que otros países subdesarrollados han tenido al implementar políticas de comercio exterior que fomentaron el desarrollo del sector de servicios profesionales y el crecimiento de exportaciones que este sector ha tenido en Argentina, es necesario considerar su potencial de crecimiento e implementar políticas para planificar su desarrollo.

ASPECTOS GENERALES

Definición de los servicios profesionales

Los servicios profesionales comprenden el conjunto de actividades que llevan a cabo una o más personas con formación y/o experiencia especializada que tiene como resultado un intangible cuyo valor dependerá de las cualidades del productor del servicio. Es preciso mencionar que no constituyen una categoría estática debido a los cambios tecnológicos y el dinamismo de la economía mundial las que hacen que diversas ocupaciones puedan alcanzar la categoría de profesionales con el paso del tiempo.

Así mismo se establece una diferencia entre los profesionales acreditados, cuyo derecho a ejercer está limitado y sujeto a requisitos como títulos de grado o años de experiencia y los no acreditados o de libre ejercicio que no dependen de estos requerimientos.

La OMC identifica cuatro modos de prestación internacional de servicios en el Acuerdo General sobre Comercio de Servicios:

- MODO 1: Servicios suministrados de un país a otro (por ejemplo, conferencias telefónicas Internacionales) modo denominado oficialmente “suministro transfronterizo”.
- MODO 2: Consumidores o empresas que hacen uso de un servicio en otro país (por ejemplo turismo), oficialmente “consumo en el extranjero”.
- MODO 3: Empresas extranjeras que establecen filiales o sucursales para suministrar servicios en otro país (por ejemplo, bancos extranjeros que se establecen en un país para realizar operaciones en él), oficialmente “presencia comercial”.
- MODO 4: Particulares que se desplacen de su país para suministrar servicios en otro país (por ejemplo, modelos o consultores), oficialmente “presencia de personas físicas”.

Los servicios profesionales tratados en este trabajo pueden enmarcarse dentro de los modos uno, tres y cuatro.

Algunos ejemplos de servicios profesionales exportables son: asesoría legal, servicios contables, auditorías y asesoramiento tributario, arquitectura, ingeniería, planificación urbana, servicios médicos y veterinarios, servicios de informática y procesamiento de datos, investigación y desarrollo, marketing y publicidad, consultoría de administración y asuntos empresariales, servicios financieros, entre otros.

Razones para promover la exportación de servicios profesionales en Argentina

En primer lugar, Argentina ha sido históricamente un país exportador de materias primas y de bienes intermedios. No obstante, en los últimos años, la inversión en infraestructura logística para exportar dichos productos ha sido escasa. La falta de planificación histórica y actual en materia de

vías de transporte como la conexión entre rutas, ferrocarriles, rutas aéreas internas y el colapso de los principales puertos, presenta un horizonte sombrío para el incremento cuantitativo de la exportación de productos. En consecuencia, la exportación de servicios se presenta como una alternativa viable para el incremento de las ventas al exterior ya que no depende de los circuitos logísticos tradicionales.

En segundo lugar hay una tendencia mundial de empresas que, motivadas por la necesidad de reducir costos e incrementar su eficiencia, deciden dedicarse a su “core business” y terciarizan actividades secundarias como la contaduría, legales, administración y procesamiento de base de datos en otras empresas. Esto presenta una gran oportunidad B2B para pequeñas empresas que quieren ingresar en un mercado en expansión.¹

Por otro lado, el país cuenta con recursos humanos de calidad aptos para satisfacer la demanda internacional. Entre los aspectos que contribuyen a esta ventaja competitiva se encuentran: el prestigio de algunas universidades nacionales, las numerosas escuelas de idiomas, institutos primarios y secundarios bilingües y las escuelas técnicas. El contacto con clientes extranjeros también permite la adquisición de conocimientos tecnológicos transferible a empresas locales incrementando su know-how.

Además de contribuir a la balanza comercial nacional, como se explica más adelante (Situación del mercado a nivel nacional), los servicios profesionales son bien remunerados y constituyen una fuente de ingreso en moneda extranjera atractiva para los empresarios locales. Del mismo modo, ayuda a la retención de talentos evitando la denominada “fuga de cerebros”.²

Adicionalmente, al no requerir localización alguna, permite que utilizando políticas de fomento adecuadas se canalice la ubicación geográfica de las empresas de servicios hacia regiones específicas contribuyendo a su desarrollo.

Por último, se trata de promocionar un sector no contaminante.

Situación del mercado a nivel global

Las exportaciones mundiales de “otros servicios” (Total de servicios menos transporte y viajes) han crecido a una tasa promedio del 10% anual desde 1990 al 2006. A comienzo de los 90, el monto total era de 317.000 millones de dólares. Dieciséis años más tarde la cifra había aumentado a 1.409.597 millones. El principal exportador ha sido la Unión Europea con un market share que se ha mantenido a lo largo de los años en el 50% mientras que Estados Unidos se ubica por detrás

¹ *Panorama de la inserción internacional de América latina y el Caribe*, Tendencias 2007 CEPAL, 2006

² *Exportación de servicios: oportunidades de crecimiento para Argentina*, AMCHAM, 2006

con un 17%. Las exportaciones del MERCOSUR representan aproximadamente un 1% de las ventas al exterior en el mundo.³

El aumento sostenido de las exportaciones a nivel mundial se debe a razones de oferta y demanda. La internacionalización de los servicios es cada vez más importante al haber mayor cantidad de empresas que subcontratan o compran sus servicios a otros países en un proceso que se conoce como offshoring. Esto es posible gracias al desarrollo de las TIC que han permitido la digitalización de muchos aspectos de la producción y han facilitado la prestación de servicios a larga distancia logrando que los servicios sean cada vez más transables y su internacionalización se vuelva posible. Igualmente, desde la oferta, mayor cantidad de empresas operan en distintas partes del mundo.

En la actualidad, el mercado internacional de servicios profesionales se encuentra dominado por grandes empresas provenientes de países desarrollados, es el caso de las cuatro empresas principales de contabilidad que absorben la tercera parte de los ingresos mundiales. En el sector de la publicidad es considerable la proporción de la facturación que corresponde a un reducido número de grandes agencias que absorben entre el 30 y el 60% del mercado. De las 200 principales empresas internacionales de diseño del mundo, clasificadas en función de los ingresos nacionales obtenidos, sólo diez proceden de países en desarrollo.⁴

En lo que respecta a la apertura del mercado, los países integrantes de la OMC están sujetos al Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (AGCS) -firmado en la ronda Uruguay- en el que se aplica el trato de nación más favorecida (NMF). Es decir que, si un país permite el ingreso extranjero a un sector, deberá darles la misma oportunidad a proveedores de servicios de otros países miembros de la OMC. Sin embargo, al momento de firmarse el AGCS había algunos países que ya habían firmado acuerdos bilaterales de preferencia y fueron respetados como excepción al trato NMF. En la actualidad si bien persisten estas exenciones, se encuentran en proceso de revisión y no podrán durar más de 10 años.

Por otra parte, en el acuerdo se especifica que los gobiernos deben reglamentar el comercio de servicios de manera razonable, objetiva e imparcial, dando libertad a los países para establecer niveles de calidad, seguridad o precio como medidas de objetivo político nacional. En la práctica esto funciona como una posible barrera no arancelaria porque, el exigir niveles elevados de calidad para poder ingresar a un mercado, puede implicar un costo muy grande que los empresarios de países menos desarrollados no pueden soportar.

En cuanto a la clasificación de servicios a nivel internacional no se ha llegado a un acuerdo para su estandarización lo que dificulta la recolección de datos estadísticos, herramienta

³ Anexos: Cuadro I,II y III

⁴ *Aspectos de los servicios profesionales y los marcos normativos relacionados con el comercio y el desarrollo*, Nota de la secretaria de la UCTAD, 2004.

imprescindible tanto para los negociadores de la OMC como para los responsables de formular políticas comerciales.⁵

Hasta el momento se han propuesto tres sistemas de clasificación: Balanza de pagos del FMI, la Clasificación Industrial Internacional Uniforme y la Clasificación central de productos. Esta última fue elegida por la OMC como base para sus negociaciones por ser la más desagregada. A pesar de esto, las estadísticas de servicios profesionales de muchos países se rigen por la escueta balanza de pagos del FMI.⁶

Situación del mercado a nivel nacional

En nuestro país el único organismo gubernamental que interviene en las exportaciones de servicios es el Banco Central de la República Argentina (BCRA) por la obligatoriedad de liquidar las divisas provenientes del extranjero. Este ente utiliza la balanza de pago como sistema de registro de las transacciones comerciales con el resto del mundo. Por lo tanto, utilizándola como fuente estadística, se puede observar la evolución del sector desde el año 1992 hasta el 2008.⁷

El saldo del sector servicios de la balanza de pagos del BCRA arroja saldos negativos en todos los años considerados para el análisis. Pero a partir del año 2005 el resultado negativo ha ido disminuyendo como consecuencia del aporte del sector de servicios profesionales. Mientras que el sector tradicional de servicios (turismo y transporte) sumado a los servicios del gobierno (denominados a efectos de este trabajo “Servicios no profesionales”) han tenido un saldo promedio de -1983 millones presentando un aumento de las importaciones a partir de los últimos 6 años. El sector de servicios profesionales arroja un saldo promedio de -637 millones, revirtiendo el saldo a positivo a partir del 2006.

Analizando el sector de servicios profesionales (comprendido por los servicios comunicacionales, de construcción, seguros, financieros, informática e información, empresariales, profesionales, técnicos, personales, royalties, culturales y recreativos) puede observarse la evolución positiva del sector. En el año 2002, las ventas al exterior eran de 1.138 millones de dólares en tanto que para el año 2008 la cifra había aumentado a 5414 millones.⁸

También puede observarse que, recién a partir del año 2002, las exportaciones logran superar los 1000 millones de dólares anuales y han seguido incrementándose desde entonces. Los motivos de este aumento pueden encontrarse en la devaluación de la moneda local en el año 2001 lo que volvió más competitivo al sector exportador por el tipo de cambio.

⁵ José Carlos Mattos, *Los desafíos de la clasificación de los servicios y su importancia para las negociaciones comerciales*, CEPAL, 2001.

⁶ Anexos: Cuadros IV y V.

⁷ Anexo: Cuadro VI.

⁸ Nota: Los porcentajes y saldos han sido calculados en base al Cuadro VI de los anexos.

Respecto a las importaciones se ha mantenido un crecimiento constante a lo largo del tiempo. En el año 1992 fueron de 949 millones de dólares y, para el 2008, aumentaron a 4.170 millones.

Desagregando los sub sectores que intervienen en la exportación de servicios profesionales se puede observar que en el año 2008 los “servicios profesionales, empresariales y técnicos” representaron un 70% del total de las ventas al exterior. Seguidos por los “servicios informáticos e información” que representan el 14%; los servicios comunicacionales y los servicios personales, recreativos y culturales aportan aproximadamente un 7% cada uno. Por último, los servicios de seguros y financieros casi no tienen injerencia en las exportaciones.

En la operativa para exportar servicios, en principio, intervienen la Aduana y el Banco Central de la Republica Argentina. En el año 1998 se agregó el sector “servicios” al Código Aduanero en el Art. 10: “(Texto según ley 25.063) 1. A los fines de este Código es mercadería todo objeto que fuere susceptible de ser importado o exportado.

2. Se considera igualmente – a los fines de este Código – como si se tratase de mercadería:

a) Las locaciones y prestaciones de servicios, realizadas en el exterior, cuya utilización o explotación efectiva se lleve a cabo en el país, excluido todo servicio que se suministre en condiciones comerciales ni en competencia con uno o varios proveedores de servicios;

b) Los derechos de autor y derechos de propiedad intelectual. “

Aun así la ley no fue reglamentada, y entonces los “servicios” no tienen posición arancelaria. En consecuencia, a excepción de que formen parte de la exportación de mercadería física (“llave en mano” por ejemplo), la Aduana no interviene.⁹

Los servicios no tributan derechos de exportación, ni perciben reintegros impositivos ni ningún régimen de incentivo promocional.

Entonces resulta que el único organismo gubernamental que interviene es el BCRA por la obligatoriedad de ingresar las divisas producto de la exportación dentro de los 15 días de haber sido percibida.¹⁰

La documentación que el BCRA exige para la exportación de servicios consta de: Formulario de compra único de divisas y Factura “E”.

En relación a los impuestos que alcanzan la exportación de servicios profesionales, el impuesto a las ganancias grava las rentas obtenidas en el país o en el exterior de fuente argentina provenientes de bienes situados, colocados o utilizados económicamente en la Argentina, de la realización en el territorio de la nación de cualquier acto o actividad susceptible de producir beneficios sin tener en cuenta domicilio, nacionalidad o residencia del titular. El tributo se computa

⁹ Lic. Jorge Berciano y Lic. Sergio Rey, *Promoción y exportación de servicios*, Fundación EXPORTAR, 2002.

¹⁰ Lic. Jorge Berciano y Lic. Sergio Rey, *Promoción y exportación de servicios*, Fundación EXPORTAR, 2002.

sobra la renta neta originada por las transacciones anuales con una alícuota del 35% en el caso de las personas jurídicas; y del 9% al 35% en el caso de personas físicas.¹¹

El impuesto a las ganancias es aplicado por la mayoría de los países gravando las personas domiciliadas o residentes en el país “A”, quienes deben pagar impuestos sobre sus rentas originadas fuera y dentro del país “A”, y los residentes y domiciliados en el país B gravan por rentas de fuente del país “A”. Este hecho produce la “doble tributación” cuando una persona se encuentra obligada a pagar impuestos por una misma utilidad en más de una jurisdicción tributaria. En este caso, la renta obtenida por una venta de un servicio profesional al exterior tributa en la Argentina y en el país importador.¹²

Para evitar la doble tributación, la Argentina prevé que puede computarse como crédito del impuesto a pagar localmente de aquel pagado en el extranjero.¹³ Además ha firmado acuerdos de doble tributación internacional con varios países; entre ellos: Alemania, Australia, Austria, Bolivia, Brasil, Chile, Canadá, España, Estados Unidos, Francia, Noruega y Rusia.

En conclusión, la incidencia definitiva del impuesto a las ganancias sobre la exportación de servicios profesionales dependerá de la categoría en la que se encuentre el exportador (en el caso de las personas físicas) y de la existencia de convenios de doble tributación con el país importador.

El impuesto al valor agregado grava el consumo en el país de origen, por lo que las exportaciones de bienes y servicios están exentas de este tributo. De esta manera se evita la “exportación del impuesto” mediante la utilización del crédito por ventas al exterior contra operaciones gravadas, otros impuestos o la solicitud de devolución.¹⁴

Por último respecto del impuesto a los ingresos brutos, dependerá de la jurisdicción de la empresa exportadora el estar exento o no. La Ciudad Autónoma de Buenos Aires constituye un caso de exención.¹⁵

¹¹ Fernando Schettini (Estudio Schipani & Asociados), *Encuadre impositivo de la prestación de servicios a sujetos residentes en el exterior*, Tradecenter y AMCHAM

¹² Joaquin Piña, *La deslocalización de funciones no esenciales en las empresas: Oportunidades para exportar servicios. Caso Chile*, CEPAL, 2005.

¹³ Fernando Schettini (Estudio Schipani & Asociados), *Encuadre impositivo de la prestación de servicios a sujetos residentes en el exterior*, Tradecenter y AMCHAM

¹⁴ Ley N° 22415/1981 y Ley N° 23101/1984.

¹⁵ Decreto N° 174/1985 Y Código Fiscal de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Casos exitosos de desarrollo del sector en otros países

Chile

Chile, a través de su ente promotor de exportaciones (PROCHILE), ha venido trabajando fuertemente fomentando el desarrollo del sector de servicios logrando un aumento de las exportaciones de 6651 millones de dólares desde el año 2000 al 2008. El sector de transportes es el mayor responsable de este acrecentamiento al aportar, a lo largo de los años, un 50% aproximadamente.

El sector de servicios profesionales ha contribuido con entre un 20% y un 30% al monto de exportaciones para el período mencionado, siendo 24 el porcentaje contribuido para el último año. De igual forma, las ventas al exterior del sector han aumentado a lo largo del período 2000-2008, con un resultado de 1075 millones de dólares para el primer año y de 2617 millones para el último (Variación de 143 %) y teniendo un aumento anual promedio de 12%.¹⁶

Entre los avances que ha hecho Chile para lograr el éxito de su plan, se destacan la estructurización de la operativa para la exportación de servicios.

Las instituciones vinculadas a la operatoria son: El servicio nacional de Aduanas y el servicio de Impuestos Internos. El primero califica las exportaciones, reintegra aranceles pagados en concepto de bienes o servicios utilizados durante el proceso de elaboración de los servicios exportados y permite el pago diferido de derechos de aduana y crédito fiscal para bienes de capital. El Servicio de Impuestos Internos devuelve el IVA, exime del IVA, aplica acuerdos bilaterales de doble tributación y las disposiciones tributarias de la ley de plataforma de inversiones.

En el año 1988 Chile incorporaba a su Aduana en el circuito de exportación de servicios a través de la Ley 18.768 con el fin de beneficiar a los exportadores con la exención del IVA y el reintegro del mismo impuesto, además de cualquier otro beneficio tributario posterior que quisiera aplicarse.

Operativa

1. El servicio debe clasificar como tal de acuerdo a los parámetros establecidos por la DL N° 825 para eso debe ser:

- a) Realizado en Chile y prestado a personas sin domicilio ni residencia en el país.
- b) Utilizado exclusivamente en el extranjero, con excepción de los servicios que se presten a mercancías en tránsito por el país.
- c) Susceptible de verificación en su existencia real y en su valor.

¹⁶ Anexo: Cuadro VII. (Nota: Los porcentajes y saldos han sido calculados en base al cuadro VII del anexo)

1.2 El prestador del servicio deberá desarrollar la actividad pertinente en Chile, manteniendo domicilio o residencia en el país, o a través de una sociedad acogida a las normas del artículo 41 D de la ley sobre Impuesto a la Renta.

Los servicios que cumplen con estos requisitos se encuentran listados en el anexo a la DL N° 825 bajo el nombre “Listado de servicios calificados como exportación”

2. La exportación de los servicios calificados como tal por el Servicio de Aduanas, se materializará a través de un Documento Unico de Salida (DUS), conforme a las normas del Capítulo IV, del Apéndice III del mismo Capítulo y Anexo 35, del Compendio de Normas Aduaneras, a que se refiere la resolución N° 1300, de 2006, de esta Dirección Nacional. En el caso que el monto FOB de la exportación no supere los US\$ 2.000, se podrá tramitar un Documento Unico de Salida Simplificado (DUSSI).

3. Los servicios calificados como exportación podrán ser remitidos al exterior por medios físicos o cualquier medio electrónico, tales como correo electrónico, portal o sitio de Internet y servicios “ftp” (file transfer protocol), debiendo el exportador mantener un registro de cada operación que permita acreditar la efectiva prestación del servicio y su envío al exterior.

4. El exportador deberá conservar a disposición del Servicio Nacional de Aduanas, para los efectos de control y fiscalización de la operación, la totalidad de los antecedentes de respaldo, por un plazo de cinco (5) años, a contar del primer día del año calendario siguiente a aquel de la fecha del hecho generador de la obligación tributaria aduanera, conforme al artículo 7° de la Ordenanza de Aduanas.¹⁷

Instrumentos de promoción

Chile impulsa su comercio exterior a través de Prochile, institución que creó una división para focalizar esfuerzos en el sector de servicios y dio lugar al portal chilexportaservicios.cl. El sitio de internet, tiene el doble propósito de guiar al empresario chileno e instruirlo para lograr una exportación exitosa y de ser una fuente de consulta para los importadores externos.

Uno de los aspectos cruciales para el éxito exportador del sector fue la inclusión de los servicios profesionales en los Tratados de Libre comercio que Chile firmo en los últimos años (Chile- Estados Unidos ; Chile – Japón; Chile – Canadá; Chile – Australia). Esto permitió mercados más abiertos, con un mayor reconocimiento de títulos universitarios y una mayor viabilidad de la movilidad de la fuerza laboral.

Finalmente, la apertura a la inversión extranjera a través de leyes como la Ley de plataforma de Inversiones contribuyó al éxito.

¹⁷ Resolución N° 002.511, Servicio Nacional de Aduanas, Chile

Irlanda

Es un país que, ha partir de su ingreso a la Unión Europea en 1973, ha fomentado fuertemente las exportaciones y las inversiones extranjeras directas. Los servicios explican el 43% de las ventas al exterior y ubican a Irlanda como el noveno exportador mundial de servicios.¹⁸

Al analizar la balanza de pagos se puede observar que el saldo para el sector de servicios se ha mantenido negativo a lo largo de los años, habiéndose reducido el déficit progresivamente desde el 2002 -exceptuando el año 2008-en el que, debido a un aumento del 8% en las importaciones, el saldo empeora (En el 2007 es de -1.121 millones de Euros y el año siguiente de -5.371 millones).¹⁹

Los servicios profesionales representan el 73% de las exportaciones de servicios; siendo los rubros más importantes el de computación y royalties. El saldo negativo del sector se explica porque a pesar de haber aumentado sus exportaciones en un promedio de 21% anual desde 1998 hasta el 2008 y sus importaciones en un 14% promedio anual (lo que resultaría en un aumento del 7% promedio anual en el saldo), el monto de las compras al exterior es muy superior al de exportaciones.²⁰

El sector de servicios de computación es el de mayor incidencia en las exportaciones habiendo experimentado un aumento del 20% anual promedio durante el período 1998-2008. En el primer año de esta serie histórica, el monto de ventas era de 3.725 millones de euros. Diez años más tarde la cifra había ascendido a 23.284 millones.

No obstante el aporte del sector a la balanza de pagos, las importaciones de patentes, marcas y derechos de franquicias- que componen el rubro royalties- casi igualan en monto a las exportaciones del sector IT.

Entre las razones que explican el éxito en el aumento de las exportaciones de servicios de Irlanda se encuentran:

- a. Estructura demográfica: A pesar de una casi constante emigración de las generaciones más jóvenes hacia Canadá, Estados Unidos y Europa, mantuvo altos índices de natalidad por lo que se ha mantenido la población económicamente activa.
- b. Inversión en educación: La educación secundaria gratuita y obligatoria se estableció en 1967, lo que llevó, en la década de los 90, a que un 60% de los que ingresaron a la fuerza laboral tuvieran nivel de estudios secundario.

¹⁸ *Enterprise Ireland's strategy for international traded services*, Enterprise Ireland, 2008.

¹⁹ Anexo: Cuadro VIII.

²⁰ Nota: Los porcentajes y saldos fueron calculados en base al cuadro VIII de los anexos.

- c. Apertura económica: Al ingresar en la Unión Europea Irlanda pasó de exportar- casi con exclusividad- productos agropecuarios a Gran Bretaña, a diversificar su oferta exportable y sus mercados destino. Además, promocionó fuertemente la inversión extranjera directa con subsidios y exenciones tributarias en áreas como ingeniería, informática, farmacéutica en primera instancia y en una última etapa, servicios.
- d. Ayuda externa: Fue muy importante la ayuda técnica y financiera de la Unión Europea a través de la Política Agrícola Común y el Programa de Apoyo Comunal.
- e. Concertación social: Se lograron acuerdos entre el sector privado, los sindicatos y el sector público en el marco de la Nacional Economic and Social Council firmando acuerdos de incrementos salariales compatibles con los planes de inflación, competitividad de las exportaciones y el equilibrio fiscal. Los sindicatos lograron aumentos salariales y los empleadores congelar los subsidios de salud y demás prestaciones sociales.²¹

Instrumentos de promoción

Enterprise Ireland es el organismo dependiente del gobierno nacional encargado de fomentar las exportaciones. El objetivo principal es acelerar el desarrollo de internacionalización de las empresas irlandesas y posicionarlas a nivel mundial de manera que contribuyan al progreso regional y nacional. Hace hincapié en que las empresas alcancen sus objetivos de exportación, inviertan en tecnología y desarrollo, compitan mediante la innovación y contribuyan al crecimiento regional.²²

Dentro de este organismo se ha establecido un departamento de comercio internacional de servicios el cual proporciona estudios de mercados e información sobre oportunidades comerciales, elabora planes de desarrollo para los distintos subsectores e identifica empresas exitosas localmente con potencial exportador para guiarlas hacia el mercado externo. Además financia estas compañías hasta 50.000 euros con un programa denominado "Going global fund".

Otro de los programas de financiación de Enterprise Ireland es "Feasibility Study Grants funding" que costea la etapa de pre-factibilidad exportadora. Por ejemplo, estudios de mercado, análisis de costos, negociaciones para posibles joint-ventures, entre otros.²³

²¹ Joaquin Piña, *La deslocalización de funciones no esenciales en las empresas: Oportunidades para exportar servicios. El caso Chile*, 2005.

²² <http://www.enterprise-ireland.com/AboutUs/>

²³ Enterprise Ireland`s strategy for internacional traded services, Enterprise Ireland, 2008.

Cork²⁴

El Estado de Cork al sur de Irlanda ha sido objeto de políticas de fomento para promover su desarrollo económico y su poblamiento. Tradicionalmente, ha sido la región más rústica y atrasada del país por lo que las autoridades irlandesas vieron la oportunidad de canalizar la inversión extranjera directa hacia esta área.²⁵²⁶

En consecuencia, Cork ha sido beneficiada con rebajas en el impuesto a las ganancias, subsidios impositivos y financiación de la Unión Europea. En los años 90, el Estado se comprometió a ir reduciendo el impuesto a los ingresos de las personas físicas a medida que el empleo fuera aumentando.

Dos organismos estatales contribuyeron al crecimiento económico de Cork: Enterprise Ireland, para el fomento de las exportaciones, e Ireland Development Agency, encargada de fomentar la inversión externa en el país. A través de este organismo se implementaron las exenciones a impuestos para oficinas extranjeras que quisieran instalarse en Cork, para royalties de patentes, y para la repatriación de las ganancias. También subvencionó contrataciones, capacitación del personal e investigación y desarrollo. En total, el organismo asistió a 1278 proyectos en Cork, de los cuales 370 eran de empresas exportadoras del sector financiero.

Como consecuencia de los estímulos financieros y fiscales que tiene el área, muchas empresas extranjeras exportadoras de servicios profesionales se han instalado en Cork. Tal es el caso de las compañías de servicios de computación, que han formado un cluster en la región que emplea alrededor de 3000 personas en 26 firmas.

La ayuda que los organismos de fomento prestan a las empresas del sector de servicios que quieran instalarse en la región queda plasmada en el cuadro X en los anexos donde, de un total de 267 proyectos asistidos, 82 (30%) corresponden a empresas que exportan servicios en la región sudoeste de Irlanda. Por otro lado, las oficinas subsidiarias de Enterprise Ireland prestaron mayor apoyo en las áreas de marketing, "mentor" (proveyeron a las empresas de un guía que las asistiera) y dando subsidios.

Se les atribuye, también, a ambos organismos de fomento la creación de 21000 puestos de trabajo en el área sudoeste del país en el periodo 1991-2001. Siendo el aumento de la fuerza de trabajo de 50800 personas para el mismo periodo y región.²⁷

²⁴ Los datos expuestos en esta sección fueron extraídos de *"Economic growth in Cork County, Ireland and Halifax County, Canada, during the 1990s"*, Gerald Romsa, Canadian Journal of Regional Services, 2003.

²⁵ Joaquín Piña, *La deslocalización de funciones no esenciales en las empresas: Oportunidades para exportar servicios. El caso Chile*, CEPAL, 2005.

²⁶ Anexo: Cuadro IX

²⁷ Anexos: Cuadro XI.

Aspectos a desarrollar para fomentar las exportaciones de servicios
profesionales

Introducción

Con el objetivo de fortalecer al sector e incrementar sus exportaciones, deberían mejorarse aspectos fundamentales para el desarrollo de las empresas de servicios profesionales en Argentina. Temas tales como la calidad y cantidad de los recursos humanos disponibles y la infraestructura de las telecomunicaciones, son fundamentales a la hora de aumentar la competitividad. Junto con estos aspectos imprescindibles en el comercio de servicios, se suma la falta de un marco legal claro que incentive y regularice la actividad en el país.

Asuntos legales, el desarrollo de las relaciones internacionales, la educación y la capacitación, la financiación, la estructura tecnológica y la promoción, forman parte de los temas a tener en cuenta para incrementar la competitividad del sector.

Asuntos legales y tributarios

En la Argentina, la exportación de servicios profesionales no está regularizada por ningún ente. El único organismo que interviene es el Banco Central con motivo del giro de divisas del exterior, pero no controla la veracidad de la información proporcionada por el exportador respecto de los servicios a ser exportados. Tan sólo requiere una factura "E" con el detalle de "servicios profesionales". Por ello, no se verifica la existencia real de la prestación, ni la sobre o sub facturación ya que no hay valores de referencia y no es objeto del BCRA ejercer control sobre estos aspectos.

La intervención de la Aduana en las exportaciones de servicios formalizaría la operatoria y la controlaría, permitiendo igualmente conceder beneficios tributarios que en este momento no pueden otorgarse al sector debido a la desvinculación de la Aduana del comercio de servicios.

A pesar de los posibles beneficios de la intervención aduanera en el comercio de servicios, es preciso reconocer que la Aduana local no funciona con eficiencia en el mercado del comercio internacional de bienes. Los datos arrojados por una encuesta realizada por el Banco Mundial indican que las regulaciones aduaneras son un obstáculo para las PYMES argentinas, de las cuales un 20% identificó este problema como un impedimento para exportar. También la encuesta revela que para una PYME realizar una exportación demora casi 6 días, mientras que para los países de la OCDE tarda solo 4. Los motivos se encuentran en que la Aduana local solicita el doble

de documentación y los costos son un 50% superiores, comparados con las aduanas de la OCDE.²⁸

Por lo tanto, resulta que por analogía podría suponerse que la incorporación de la Aduana local en el comercio de servicios representaría un obstáculo a las exportaciones de servicios profesionales o una burocratización que aportaría desventajas mayores a lo beneficios.

Respecto de los impuestos, en primer lugar, sería conveniente extender la exención sobre los ingresos brutos por exportaciones hacia todas las provincias del territorio nacional y no solamente sobre la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. De hecho, en aras de no afectar la recaudación impositiva provincial, podría hacerse una exención a los ingresos brutos por exportaciones de servicios profesionales únicamente. De esta manera, se genera un incentivo tributario para el sector sin afectar de manera significativa a los tesoros provinciales.

En segundo lugar, sería interesante incluir a la exportación de servicios profesionales en un régimen de devolución de impuestos a los bienes importados necesarios para la creación del servicio. El Draw back, que funciona como estímulo tributario solo para la exportación de bienes, podría tomarse como base para crear una ley específica para servicios. Es decir que se otorgaría la devolución de los impuestos a la importación, tasas estadísticas e IVA que se hayan pagado para ingresar al territorio argentino en concepto de bienes (equipos de computación y electrónica, muebles e insumos de oficina, entre otros) utilizados en el proceso de creación de los servicios profesionales. De esta forma, se fomentaría la innovación tecnológica del sector, aspecto de suma importancia a la hora de evaluar la competitividad internacional de las empresas del rubro.

También podría ampliarse el régimen de exportación de plantas “llave en mano” con el que se concede un reembolso específico a la venta al exterior de plantas industriales completas u obras de ingeniería de forma tal que alcance no sólo a los bienes, sino también a los servicios. El beneficio otorgado para los servicios que componen la venta al exterior es del 10% sobre los tributos interiores pagados durante el proceso de creación del servicio, siendo los servicios: diseños, cálculos y planos descriptivos de construcción, instalación y sistemas; documentación de métodos operativos, procedimiento y contralor; asistencia técnica para la implementación y/o el control y dirección de obras.²⁹

Podría crearse un régimen de características similares que sólo tuviera en cuenta la exportación de los servicios profesionales ligados a la ingeniería y a la arquitectura. De este modo contemplaría la posibilidad de que el servicio de diseño, asistencia técnica, dirección, entre otros pueda ser proveído por una empresa local y los bienes pueden ser adquiridos en el lugar de destino o importados de otros países. Se aprovecharía, entonces, de mejor manera la cadena

²⁸ “*Qué contiene la otra agenda del comercio internacional*”, Suplemento Comercio exterior – La Nación, 15 de septiembre del 2009.

²⁹ Ley 23.101 - Decreto. 870 B.O. 7/10/03 - Decreto 1011/91

global de valor de servicios contemplando la posibilidad de venderle servicios a empresas globales que adquieren servicios y productos de distintas locaciones.

Por último, el sector de software se encuentra beneficiado por la Ley de software N° 25.922 que establece como principales medidas promocionales:

- Estabilidad fiscal por 10 años a partir de la vigencia de la Ley para los adherentes a ella. Esto se aplica a todos los impuestos nacionales y la estabilidad se refiere a que “no podrán ver incrementada su carga tributaria total nacional al momento de la incorporación de la empresa al presente marco normativo general”.
- Excepción de pagos de aportes patronales.
- Aplicación de los gastos de investigación y desarrollo como crédito fiscal a cuenta del impuesto a las ganancias.
- Eximición de derechos e importación para hardware e insumos necesarios para desarrollar software.
- Crear un Fondo Fiduciario (FonSoft) para proyectos de investigación, programas académicos, asistencia a emprendimientos en referencia a la industria del software.³⁰

Una ley más amplia que abarque a todo el sector de servicios profesionales con beneficios tales como la estabilidad fiscal por 10 años resultaría en un incremento de la inversión extranjera y nacional en empresas del sector y en consecuencia en una amplitud de la oferta de servicios.

Relaciones internacionales

Mercosur

En el Tratado de Asunción se estableció que el Mercado Común implicaba, entre otros aspectos, la libre circulación de los servicios entre los países de la región, reconociendo la libertad para que los prestadores de servicios puedan establecerse, ingresar y egresar, así como comerciar sin restricciones, discriminaciones ni cláusulas innecesariamente gravosas en el Mercosur.

Cuando se negoció el Protocolo de Montevideo sobre el Comercio de Servicios en 1997, se estableció que los Estados Partes mantendrían sucesivas rondas de negociación a efectos de completar en un plazo máximo de diez años la liberalización del sector. Mediante resolución GMC N° 31/98 se creó el Grupo de Servicios, con el objeto de cumplir con el programa previsto en el Protocolo de Montevideo. El Acuerdo contiene tres elementos: un marco de normas y disciplinas

³⁰ *Industria del software*, Estudios sectoriales PROARGENTINA, Enero 2005.

generales (de aplicación para todos los sectores y específicas); , anexos que tratan de condiciones especiales en relación con determinados sectores (Movimiento de personas físicas proveedoras de servicios, servicios financieros, servicios de transporte terrestre y agua y servicios de transporte aéreo) y listas nacionales de compromisos específicos en materia de acceso al mercado y de trato nacional.

En lo que respecta a la normativa de Mercosur sobre facilitación de movimiento de personas físicas el Grupo de Servicios ha trabajado en la elaboración de dos Acuerdos: la “Visa Mercosur Dec.CMC.16/2003” , cuyo objetivo es el de facilitar el ingreso, la residencia temporaria y la autorización para trabajar de ciertas categorías de personas físicas prestadoras de servicios, armonizando las condiciones exigibles en los cuatro países; y la “Decisión N° 25/2003 Mecanismo para el Ejercicio Profesional”, que facilitará la prestación de servicios profesionales en el Mercosur de aquellas personas que se encuentran inscriptas en alguno de los Colegios Profesionales adheridos. También se celebrarán Acuerdos Marco de Reconocimiento recíproco entre entidades profesionales.³¹

En cuanto a la exportación de servicios profesionales con “presencia física”, la “Visa Mercosur” -acordada en el año 2003- constituye un mecanismo facilitador de la movilidad de los profesionales. En la Decisión 16/2003 se detalla que el acuerdo se aplicará a gerentes y directores ejecutivos, administradores, directores, gerentes-delegados o representantes legales, científicos, investigadores, profesores, artistas, deportistas, periodistas, técnicos altamente calificados o especialistas, profesionales de nivel superior. Se les exigirá “Visa Mercosur” para prestar servicios temporalmente en cualquiera de los Estados Partes, teniendo la misma una duración vinculada al contrato que origine la prestación de plazo no mayor a 2 años y prorrogable por igual periodo.

Los requisitos para la concesión de la Visa MERCOSUR serán:

- Pasaporte válido y vigente
- Certificado de nacimiento
- Contrato en el que consten informaciones sobre la empresa contratante, la función que el prestador de servicios va a ejercer, el tipo, la duración y las características del servicio a ser realizado.
- Certificación negativa de antecedentes penales
- Certificado de salud vigente del Estado Parte
- Curriculum Vitae.

A fin de solicitar la prórroga se exigirá:

- Presentación del pasaporte válido y vigente

³¹<http://www.comercio.gov.ar/web/index.php?pag=282&btn=161&PHPSESSID=7073340f2ffe8851de534ba710aec86>

- El nuevo contrato con la misma empresa o la prórroga del contrato inicial.
- Recibo de sueldos u honorarios correspondientes al período trabajado.
- Certificados negativos de antecedentes penales
- Certificado de salud.

Uruguay y Paraguay han ratificado la Decisión del bloque pero Argentina y Brasil no lo han hecho, lo que deja a la normativa sin efecto hasta tanto estos países la internalicen en sus legislaciones.

Es necesario realizar algunas observaciones en cuanto a los requisitos planteados en la normativa. En primer lugar hay una contradicción entre la obligatoriedad de presentar el pasaporte válido y vigente siendo que para la circulación de personas en el Mercosur a partir del año 1991 sólo se exige un Documento de identificación nacional. De igual forma, la Visa permite múltiples entradas y salidas durante el periodo de vigencia siempre y cuando esté vinculada con el contrato que la originó. Este requerimiento no contempla la posibilidad de que un profesional provea servicios a múltiples empresas o particulares en un mismo periodo en un Estado Miembro. De acuerdo a lo establecido en el artículo 9 de la Decisión 16/2003 el beneficiario de la “Visa Mercosur” no podrá ejercer ninguna actividad distinta de aquella para la cual fue autorizado bajo pena de cancelación de la Visa y deportación.

Un ejemplo exitoso de movilidad de profesionales dentro de un acuerdo multilateral es APEC, que creó la APEC Business Travel Card (ABTC) permitiendo a los profesionales pertenecientes a los Estados miembros, tramitar una tarjeta de tres años de validez que elimina el requisito de visas o permisos de migración para circular. A través de este mecanismo, se logra reducir los tiempos de los profesionales y también de los agentes de control aduanero en aeropuertos. Este sistema se basa en la revisión de los datos del profesional en una única vez (al momento de solicitar la tarjeta), al que se le exige nacionalidad de un Estado miembro, vigencia del pasaporte, no haber sido procesado ni condenado por tribunales, ser una persona de negocios y tener buenos antecedentes comerciales (Aspecto a evaluar por la entidad emisora en cada país).

En una primera instancia la tarjeta funcionaba solo para tres Estados miembros de APEC y más tarde se sumaron Brunei Darussalam, Chile, China, Hong Kong (China), Indonesia, Japón, Malasia, Nueva Zelanda, Papúa Nueva Guinea, Perú, Singapur, Taipei, Tailandia y Vietnam. Estados Unidos y Canadá son miembros transitorios del sistema y requieren visado.³²

Considerando el éxito de la ABTC, la implementación de una metodología similar en Mercosur resultaría de gran utilidad para los profesionales que exportan servicios porque su obtención es menos burocrática debido a la menor cantidad de requisitos, además de no estar vinculado a un

³² http://www.apec.org/apec/business_resources/apec_business_travel0.html

único contrato, multiplicando las posibilidades comerciales. Por otra parte, para establecer un parámetro de calidad a ser cumplido por el profesional que exporta servicios, las tarjetas deberían ser emitidas por las Cámaras de Exportadores de cada país con el fin de no generar discrepancias en relación a los requerimientos para profesionales de distintas disciplinas en lo que respecta a “Ser una persona de negocios y tener buenos antecedentes comerciales”.

En tanto, para el reconocimiento de títulos universitarios en el Mercosur y la movilidad de los profesionales se ha emitido una Decisión sobre el “mecanismo para el ejercicio profesional temporario”. En ella se estipula que serán considerados servicios profesionales, a los fines de dicha Decisión, aquellos prestados por profesionales universitarios o de nivel superior, y los profesionales de nivel técnico.

De igual modo, se prevé la constitución de un “Grupo de Trabajo” encargado de formular las normativas para el otorgamiento de licencias temporarias; que estará compuesto por las entidades responsables de la fiscalización del ejercicio de cada profesión de cada Estado miembro. En la Decisión, por otro lado, se esbozan las directrices como requisitos mínimos que contendrá el Acuerdo Marco que elaborará el Grupo de trabajo. Entre los requerimientos para solicitar un permiso de trabajo profesional temporario se encuentran:

1. La necesidad de contar con un contrato para el desarrollo de la actividad en el país receptor.
2. La constitución de un Registro profesional temporario en cada Estado Miembro.
3. El establecimiento de criterios de equivalencias en la formación y sus alcances o competencias y experiencia mínima requerida, pudiendo efectuarse tests de habilitación y establecer requerimientos de educación permanente.
4. El reconocimiento expreso del profesional respecto de la jurisdicción disciplinaria, ética y técnica de la entidad fiscalizadora receptora.
5. El compromiso del profesional de restringir su actividad exclusivamente a lo previsto en el contrato.
6. La implementación de un código de ética común para cada profesión.
7. El registro será de dos años, prorrogable por igual periodo.
8. No imponer evaluaciones sobre conocimiento local no vinculados al ejercicio profesional.

Adicionalmente, cada Estado mantendrá una base de datos con información actualizada en la que conste el movimiento de los profesionales temporarios.³³

³³ Decisión N° 25/2003 Mecanismo para el ejercicio profesional temporario, Decisión del Consejo del Mercado Común del MERCOSUR.

A partir de esta Decisión se creó la Comisión Consultiva de Expertos para analizar y evaluar el contenido y método de formación específica de cada Estado miembro y se establecieron normas básicas de calidad para tres carreras: Agronomía, ingeniería y medicina.³⁴

Por otro lado el sector educativo del Mercosur, además, creó MEXA (Mecanismo experimental de acreditación de carreras universitarias) para evaluar los distintos planes presentados por las Universidades respecto de normas de calidad educativas que más tarde se vincularían con el Grupo de Servicios con el objetivo de impactar en el ejercicio profesional. El programa de acreditaciones de MEXA se limitó a evaluar solo las carreras de agronomía, medicina e ingeniería y tuvo carácter temporario.³⁵

A pesar de la implementación exitosa de MEXA, el reconocimiento de los títulos del programa no implica automáticamente el derecho a ejercer la profesión en cualquier país del Mercosur.³⁶

En conclusión, el bloque económico ha dado un importante paso al contemplar el comercio de servicios profesionales y es evidente la intención de seguir avanzando en la formulación de normas que faciliten la movilidad de los profesionales. No obstante, considerando que las Decisiones se emitieron en el año 2003, los avances realizados hasta el momento son escasos. Si bien las aprobaciones de MEXA pueden constituir un certificado de calidad, no otorgan el derecho de ejercer la profesión en cualquier Estado miembro. De esta manera, los beneficios que deberían emerger de emitir una Decisión relativa a la movilidad de profesionales quedan sin efecto o son casi nulos. Es decir que no alcanza solamente con el esbozo de la voluntad política de los países miembros, sino que también es importante la concreción de las actividades para alcanzar los objetivos planteados, de lo contrario los resultados en la práctica son limitados.

Argentina y el resto del mundo

Argentina ha firmado acuerdos comerciales multilaterales (OMC), uniones aduaneras (Mercosur), acuerdos de libre comercio como miembro del Mercosur, acuerdos marcos dentro del Mercosur y acuerdos de alcance parcial (ACE) en la Aladi. Hasta el momento Argentina no cuenta con tratados de libre comercio bilaterales como parte negociadora individual fuera del marco de un bloque económico.³⁷

³⁴ *Aspectos de los servicios profesionales y los marcos normativos relacionados con el comercio y el desarrollo*, Nota de la Secretaria de la UNCTAD, Enero 2005.

³⁵ Lic. Javier Pablo Hermo, *El futuro del mecanismo experimental de acreditación de carreras de grado universitario (MEXA) del MERCOSUR*, Sociedad Argentina de Estudios Comparados en Educación.

³⁶ Memorándum de Entendimiento sobre la implementación del MEXA, capítulo IV

³⁷ Anexo N° XX Cuadro de acuerdos comerciales de Argentina.

Analizando la inclusión del sector “servicios” en los acuerdos firmados hasta el momento se puede concluir que han sido objeto de negociaciones en la OMC (Ronda Uruguay, AGCS), Mercosur (Protocolo de Montevideo y Decisiones que derivan del mismo) y en el acuerdo de libre comercio Mercosur-Chile (ACE 35). En los demás acuerdos firmados, en algunos se menciona la intención de profundizar las relaciones comerciales en el sector de servicios. Es el caso del ACE 36 Mercosur-Bolivia donde se estipula que “las partes contratantes promoverán la adopción de medidas tendientes a facilitar la prestación de servicios. A tal efecto, las partes contratantes podrán encomendar estudios sobre el tema teniendo en cuenta las disposiciones de la OMC”. El acuerdo marco Mercosur-Perú hace una mención similar. En otras negociaciones el sector servicios no fue incorporado, tal es el caso de los acuerdos marco Mercosur- Comunidad Andina, Mercosur-México y Mercosur-SACU.

Es necesario que se reconozca el potencial de crecimiento que el sector de servicios profesionales tiene para la Argentina y que, en consecuencia, se lo incorpore como asunto a ser tratado en las rondas de negociaciones. En contraste, Chile ha implementado una apertura económica que acompaña con políticas externas que complementan y potencializan a los sectores que generan el crecimiento de su economía. Es por eso que en los tratados de libre comercio bilateral que el país andino ha firmado con Estados Unidos, Canadá, Japón y Australia ha incorporado anexos que tratan específicamente de los servicios profesionales. En vista al futuro, la Argentina debería considerar el incremento que el comercio de servicios profesionales ha tenido en los últimos años – hecho que se evidencia en la balanza comercial – y fortalecer el crecimiento del sector promoviendo políticas de fomento e introduciéndolo en las negociaciones internacionales.

La concreción de acuerdos bilaterales de reconocimiento de títulos universitarios y terciarios se presenta como un importante punto a considerar para derribar barreras de entrada en mercados externos. Según lo expuesto por el Consejo del Comercio de Servicios de la OMC, en las directrices para el reconocimiento de títulos de aptitud en el sector de contabilidad, las diferencias existentes entre los países en normas de educación, exámenes y requisitos de experiencia hace difícil establecer un régimen multilateral de reconocimiento de títulos y recomienda la firma de acuerdos bilaterales como alternativa.³⁸

Argentina ha firmado convenios de reciprocidad con Bolivia, Colombia, Perú, España, Ecuador y Chile y como fue mencionado anteriormente se está trabajando sobre este aspecto en el Mercosur.³⁹

Educación y capacitación

³⁸ “La OMC adopta directrices para el reconocimiento de títulos de aptitud en el sector contabilidad”, Nota de prensa 73, OMC, 1997.

³⁹ <http://dngusisco.siu.edu.ar/>

La calidad de los recursos humanos disponibles en el país es el eje fundamental del desarrollo del sector de servicios. Por esta razón, la calidad educativa de los profesionales y su capacitación permanente son puntos a considerar para incrementar la competitividad de los servicios profesionales.

En primer lugar, y pese a la excepción en algunos nichos específicos, en términos generales se considera que Argentina cuenta con valiosos recursos humanos que se destacan por su creatividad de resolución en situaciones adversas.⁴⁰ A pesar de esta ventaja, es indispensable mantener y mejorar el nivel de calidad de los profesionales actuales y futuros y en consecuencia se vuelve necesario analizar los sistemas educativos que forman a los profesionales nacionales.

Siguiendo esta línea, el primer aspecto a evaluar es la oferta de recursos en términos cuantitativos. En América Latina, la tasa de matriculación universitaria es de 19,3% y en la Argentina, de la totalidad de alumnos que ingresan al nivel superior, sólo entre el 10% y el 15% se gradúan. En Asia, la tasa de matriculación es del 42,1%, mientras que en Europa de 50,7% y en Estados Unidos del 80%.⁴¹ Se vuelve necesario evaluar los motivos de la baja matriculación y más aun de la alta deserción a fin de aumentar el nivel de graduados y por lo tanto de la oferta laboral, como así también evitar el derroche de recursos del Estado.

En términos cualitativos, surgen problemáticas tales como la denominación por diferentes títulos de acuerdo a la institución que la dicta para carreras con programas de estudios y perfiles de graduados similares (En el año 2002, la Argentina registraba 92 Universidades oficiales con 4219 títulos de grado -muchos de ellos similares- y 6965 títulos terciarios)⁴². Esto, en la práctica, genera confusión a la hora de reclutar profesionales.

En lo que respecta a carreras universitarias, hay algunas que focalizan la mayor cantidad de graduados, como es el caso de las carreras de ciencias sociales, a modo de ejemplo por cada ingeniero hay cuatro abogados.⁴³ Esto genera una sobreoferta de profesionales en determinadas áreas y un déficit en otras, acotando la diversidad de oferta de servicios profesionales a ser exportados. Es necesario extender la oferta de servicios, y para ello es necesario incentivar y promover el estudio de otras carreras universitarias.

Por otra parte, a pesar de los esfuerzos de integración entre la educación terciaria no universitaria y la universitaria, el sistema de formación continua no ha sido articulado de manera

⁴⁰ Lic. Daniela Ramos, "*Seminario sobre exportación de servicios en la Argentina y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires*", Octubre del 2009.

⁴¹ *La educación superior en América Latina y el Caribe y la evaluación y acreditación de su calidad. Situación, problemas y perspectivas*, Sociedad Argentina de estudios comparados en educación.

⁴² *La educación superior en América Latina y el Caribe y la evaluación y acreditación de su calidad. Situación, problemas y perspectivas*, Sociedad Argentina de estudios comparados en educación.

⁴³ Rosendo Fraga, "*¿Cuatro abogados por cada ingeniero es lo que necesita la Argentina del Siglo XXI?*", La Nación, 1/09/2009

que funcione correctamente y se han creado circuitos de enseñanza de “primera” y de “segunda” lo que subestima las carreras terciarias y desincentiva el ingreso de nuevos alumnos, derivando en la falta de oferta laboral en ciertos nichos específicos.⁴⁴

Es indispensable, en último lugar, que los profesionales graduados argentinos tengan conocimiento de inglés e informática. En este sentido, considerando el desarrollo de la globalización, es importante comenzar con una educación temprana partiendo desde los niveles educativos primarios y secundarios.

El conocimiento de inglés dejó de ser un valor agregado del profesional para convertirse en un requisito indispensable. En este contexto, es relevante un alto nivel de conocimiento y dominio para generar negocios internacionales. Considerando esta situación actual, incorporar el dominio del idioma inglés como requisito para obtener un título de grado ayudaría a elevar el nivel de calidad de los recursos humanos de los profesionales argentinos y en consecuencia su competitividad.

En relación al conocimiento y manejo de herramientas informáticas para la exportación de servicios profesionales, las telecomunicaciones e internet son el soporte físico que “transporta” los servicios a ser prestados, por lo que es condición necesaria dominar esa tecnología. Muchos de los servicios profesionales, además, se plasman en soportes electrónicos mediante modelos informáticos y proyecciones en softwares específicos de diseño como en el caso de arquitectos y diseñadores y de programas de procesadores de texto y planillas de cálculo para abogados y contadores. Teniendo en cuenta lo mencionado previamente, la inclusión de enseñanza básica de las herramientas informáticas debería comenzar en los primeros niveles educativos. Tal como se menciona en el trabajo realizado por la Sociedad Argentina de estudios comparados en educación, la enseñanza para el uso de estas tecnologías debería hacerse mediante la inclusión de las TIC’s en el sistema de aprendizaje, incorporándolas al aula mediante la creación de trabajos y presentaciones y no como materias separadas o actividades extra escolares.⁴⁵

Problemática del sector de servicios informáticos

La formación de los profesionales del sector de IT es un tema recurrente, en lo académico y en lo laboral, debido a las quejas de empresarios del sector respecto de las dificultades que se presentan para reclutar profesionales idóneos. En una encuesta realizada para el estudio “Competencias técnicas de los trabajadores informáticos. El caso de Argentina” realizado por

⁴⁴ *Ejes de una reforma educativa integral*, Sociedad Argentina de estudios comparados en educación.

⁴⁵ *Ejes de una reforma educativa integral*, Sociedad Argentina de estudios comparados.

CEPAL, por ejemplo, el 38% de los empresarios encuestados señalaron ésta cómo la principal problemática con la que se encontraron a la hora de iniciar el negocio en el país.⁴⁶

En este sentido, y buscando mejorar la competitividad del sector y potencializar sus exportaciones, habría que focalizar los esfuerzos en implementar mejoras en el sistema educativo que forma a los futuros profesionales.

Actualmente, hay 57 carreras de nivel terciario en informática, ingeniería de sistemas y computación de cinco años de duración y 82 carreras de tres o cuatro años. En conjunto, los egresados de carreras de esta disciplina aumentaron considerablemente: entre 1985 y 1998 la cantidad aumento en un 71%. En un estudio realizado por la CEPAL se expone que, a pesar de la cantidad de instituciones de formación, la calidad educativa no es de alto valor debido a la falta de docentes con dedicación exclusiva y con programas de investigación, siendo la orientación principal de las universidades la de cumplir con una formación profesional masiva y básica. Si bien este contexto general es de bajo nivel, se destacan las denominadas “islas de excelencia” con el propósito de formar profesionales de nivel internacional, como es el caso de el LIFIA de la Universidad de La Plata, el INTEC de la Universidad del Sur y la Universidad del Centro que posee una alta vinculación a redes en el exterior.⁴⁷

El tipo de servicio a exportar depende de la capacidad de los recursos humanos con los que el país cuenta: a mayor grado de formación mayor es el grado de dificultad de los proyectos que pueden venderse. En el caso de los servicios informáticos se abren dos sectores con oportunidades: el primero para servicios “básicos” de asistencia, mantención de base de datos, creación y mantenimiento de páginas web y el segundo de “alta complejidad” es el de desarrollo de software, vinculado a la programación y lenguajes tecnológicos más sofisticados.

De acuerdo al estudio “Competencias técnicas de los trabajadores informáticos. El caso Argentina”, las competencias necesarias para los distintos sectores varía y se advierten problemáticas para cada uno de ellos. Analizando a los profesionales que brindan servicios “básicos” se indica que en su mayoría son personas cuya formación universitaria o terciaria es de otras carreras y que por conocimientos adquiridos en el ámbito laboral se han dedicado a la informática por lo que carecen de la formación y la acreditación terciaria o universitaria específica. Más preocupante aún (considerando la potencialidad de exportación del sector) es que la mayoría no tenga conocimientos de inglés, lo que acota extremadamente la cantidad de mercados destino y dificulta la permanente capacitación en un mercado dinámico donde los proyectos más innovadores surgen en países que no son de habla hispana.

⁴⁶ *Competencias técnicas de los trabajadores informáticos. El caso Argentina*, CEPAL, Diciembre 2005.

⁴⁷ Marta Novik, *La dinámica de oferta y demanda de competencias en un sector basado en el conocimiento en Argentina*, CEPAL, 2002.

En la oferta de profesionales para servicios de alta complejidad, en general caracterizados en su formación por ser de nivel de posgrado, la mayor problemática está vinculada con la cantidad de la oferta y no con su calidad. La mayoría de los profesionales encuestados pertenecientes a este sector no residían en Argentina debido a que sus capacidades se ven subvaluadas respecto de los trabajos que se demandan en este país. En otras palabras, las empresas locales no han generado una demanda de proyectos de alta complejidad que genere la necesidad de contar con este tipo de profesionales, o han satisfecho esa demanda importando los servicios.⁴⁸ De esta manera, los profesionales de alto nivel han emigrado y se ha perdido la posibilidad de exportar servicios con mayor valor agregado como así también la posibilidad de que esos profesionales capaciten a las futuras generaciones. Teniendo en cuenta el panorama futuro, capturar la demanda internacional de este tipo de servicios se vuelve una oportunidad muy interesante para la formación de profesionales que puedan vender servicios con mayor valor agregado.⁴⁹

Capacitación

La actualización permanente de los conocimientos de los profesionales es importante en un mundo de constante dinamismo. Mediante la capacitación se genera valor agregado y se gestan nuevas ideas que hacen posible potencializar el sector de servicios profesionales.

En un estudio hecho por la CEPAL se menciona que, si bien es importante la capacitación, ésta depende en gran medida de la educación previa de sus participantes. Es por eso que, en algunas Pymes, llevar a cabo estas actividades genera dificultades por la disparidad educativa de los trabajadores a capacitar y la inversión económica que a veces no genera los frutos esperados.⁵⁰

En la Argentina existe un régimen mediante el cual las Pymes (incluyendo a las que exportan servicios profesionales) sin deudas fiscales, pueden capacitar a sus trabajadores y obtener un reintegro del 100% en los gastos incurridos como crédito fiscal de impuestos nacionales (Impuesto a las ganancias, Ganancia mínima presunta, IVA e Impuestos internos).⁵¹ Este programa concluye en diciembre del 2009, por lo que se debe plantear su extensión o generar uno nuevo de similares características que serviría como incentivo financiero para promover la capacitación y el consecuente aumento de la calidad de los recursos humanos.

⁴⁸ *Competencias técnicas de los trabajadores informáticos. El caso Argentino*, CEPAL, Diciembre 2005.

⁴⁹ Anexo N XXX Cuadro de relación entre nivel educativo y tipo de proyectos.

⁵⁰ *Capacitación en empresas en América Latina, temas principales y sugerencias políticas.*, CEPAL.

⁵¹ Disposición 24/2001.

Junto con la capacitación específica en la disciplina del servicio exportado, es también importante generar una cultura de “profesionalismo” en los profesionales exportadores de servicios debido a que en la responsabilidad y el compromiso al hacer negocios reside la imagen que se gesta del país. Concientizar a los profesionales en esta área es tarea de las instituciones promotores del comercio exterior argentino.

Promoción

La Argentina cuenta con distintos entes destinados a promover el comercio exterior con actividades vinculadas a la capacitación de los empresarios, misiones comerciales, rondas de negocios, viajes de negocios, análisis de mercados destino, entre otras. Fundación Exportar, Proargentina y Bice son los principales referentes como organismos de promoción nacional. Además, organismos provinciales o municipales como la Ciudad de Buenos Aires llevan a cabo actividades de fomento del comercio exterior en conjunto con Cámaras sectoriales y binacionales.

Algunos de ellos han avanzado en el aumento de promoción del comercio exterior de servicios profesionales, especialmente la Ciudad de Buenos Aires que cuenta con programas para la industria del software, servicios de arquitectura, desarrollo de videojuegos, la industria audiovisual y el sector educativo.

Teniendo en cuenta la necesidad de contar con un programa de promoción para el sector de servicios en general y el de profesionales en particular se plantea la duda de generar un organismo independiente de la promoción de exportaciones de bienes debido a las diferencias en cuanto a los elementos que componen ambos tipos de exportaciones y la necesidad de abordarlas desde distintas perspectivas. Sin embargo, a pesar de la necesidad de adecuación de políticas y actividades que entiendan el funcionamiento y la dinámica del sector de servicios, la creación de un ente independiente para llevar a cabo esta función resultaría en un derroche de recursos. En la actualidad, en el sector de bienes, hay entes realizando esfuerzos similares tendientes a promover los mismos sectores y productos, lo que resulta en una doble asignación de recursos para un mismo fin. Tal como menciona Francisco Prieto en su estudio “Fomento y diversificación de las exportaciones de servicios” para la CEPAL “La dispersión de instituciones orientadas a lograr fines similares no solamente tiende a favorecer una deficiente asignación de recursos por las duplicaciones que ello envuelve sino que además desorienta a los actores principales respecto de la disponibilidad de instrumentos de aplicación y lo enfrenta a procedimientos heterogéneos y costosos para acceder a los beneficios y estímulos que esas instituciones aspiran a brindar”. Asimismo es importante reconocer que debido a las diferencias con la exportación de bienes, generar una división o departamento dentro del organismo de promoción dedicado exclusivamente a las actividades de fomento del sector de servicios sería una alternativa viable.

Las actividades de promoción a considerar para llevar a cabo una correcta promoción de las exportaciones deberían centrarse en “reclutar” empresas exitosas en el mercado nacional para invitarlas a exportar, generar grupos exportadores por sectores, capacitar, realizar misiones comerciales y rondas de negocios, trabajar sobre la marca país y generar un método de evaluación de las actividades llevadas a cabo en los programas de promoción a fin de medir parámetros que permitan incrementar su efectividad a futuro.

En primer lugar, realizar un análisis de la oferta de servicios profesionales en el mercado interno serviría para detectar potenciales exportadores. Al no tratarse de una exportación tradicional de servicios, muchos empresarios locales desconocen sus posibilidades de internacionalización y de esta manera se pierde la posibilidad de generar más negocios. Resultaría de gran utilidad idear un programa en el que se busquen y detecten empresas exitosas con potencial exportador y, mediante reuniones con funcionarios de la agencia de promoción, se les proponga exportar utilizando las herramientas de apoyo a pymes exportadoras que ya se encuentran en funcionamiento (Tales como las de Sepyme, Bice y Fundación exportar).

En segundo lugar, agrupar a las empresas exportadoras por subsectores facilita la generación de actividades pertinentes para las necesidades de cada negocio al ofrecer servicios complementarios de un mismo sector. Entre las ventajas de crear grupos exportadores se encuentran: el mayor poder negociador con los potenciales clientes y la posibilidad de brindarle una oferta más amplia de servicios, mayor poder de compra de insumos (por ejemplo, licencia de uso de software, equipos de telecomunicaciones, entre otros), aumento de la competitividad dada por la sinergia y el intercambio de know-how de las empresas miembro y un mayor poder de lobby. La ley 26005/2005 de consorcios de cooperación ha funcionado de manera eficiente para exportadores de bienes. De la misma manera podría promoverse para empresarios del sector de servicios profesionales. Actualmente, hay dos consorcios de este tipo y es el “Grupo exportador tecnologías de información y comunicación” y el “Grupo exportador de software” ambos pertenecientes al subsector de las TIC.

Por otra parte, además de los programas de capacitación que actualmente se encuentran en funcionamiento, es necesario brindar asesoramiento y apoyo a los exportadores de servicios, no sólo en los aspectos operativos sino también en lo que respecta a asuntos intangibles que tienen directa injerencia en la competitividad del sector. En este sentido, es de vital importancia trabajar con las empresas locales en la conciencia exportadora, y el profesionalismo necesario para sentar las bases del desarrollo del sector a futuro. Debido a la intangibilidad de los servicios, la percepción de la calidad estará dada no sólo por el resultado final del trabajo sino también por la responsabilidad en cuanto a tiempos de entrega acordados, transparencia en las negociaciones, la honestidad, entre otros. Fomentar la conciencia en relación a la importancia que la cultura tiene en

la competitividad del sector debe ser uno de los pilares de la capacitación que la agencia de promoción lleve adelante.

En conjunto con la capacitación de los empresarios y el desarrollo de la conciencia exportadora, a nivel macro, debe tenerse en cuenta la imagen del país. Desde el Estado Nacional se ha creado la Marca país Argentina para fomentar y mejorar la percepción de imagen que los extranjeros tienen del país. El departamento de servicios de la agencia de promoción debería trabajar en conjunto con Marca país para convocar a las empresas exitosas de exportación de servicios, con el objetivo de posicionarlas como ejemplos de negocios argentinos.

También, la organización de misiones comerciales sectoriales y rondas de negocios debería estar a cargo del departamento de servicios de la agencia de promoción nacional, con especial atención en las rondas de negocios ya que permiten que el potencial comprador visite las oficinas donde se gesta el servicio ofrecido, recurso que permite construir la imagen de calidad en el potencial cliente.

Por último, la agencia, debería realizar evaluaciones continuas del desempeño de sus programas a fin de detectar cuales han sido los aciertos para volcar mayores esfuerzos y recursos en ese sentido y detectar desvíos para implementar acciones correctivas. La CEPAL realizó un estudio de la efectividad de implementación de programas de apoyo no-financiero para PYMES en Argentina. En ella, se utilizan parámetros para medir la eficiencia, el alcance, la efectividad y sustentabilidad para analizar los resultados en términos de efectos inmediatos sobre las empresas, impactos intermedios, beneficios finales para la empresa y beneficios finales para el conjunto de la economía.⁵²

A fin de evaluar los programas de promoción de exportaciones del sector de servicios profesionales podrían utilizarse los parámetros utilizados por la CEPAL. Los puntos a considerar son:

- Misión, pertinencia y coherencia: Remite a la misión y objetivos del programa, lo que implica definir claramente los propósitos y fines a ser alcanzados a lo largo del tiempo. Abarca temas como: la consideración de programas previos, la determinación del área de actuación y la correcta relación entre objetivos y recursos disponibles. Además, considera la coherencia entre las políticas, los instrumentos y los objetivos del programa con los de la institución, como así también la correcta ubicación del plan dentro de una institución existente.
- Demandas y necesidades: Supone la correcta relación entre las actividades llevadas a cabo y las necesidades del sector al que se está brindando apoyo. Conforman este punto aspectos tales como las actividades de inteligencia respecto de las necesidades,

⁵² *Buenas prácticas internacionales en apoyo a PYMES, análisis de algunas experiencias recientes en Argentina*, CEPAL , Septiembre del 2000.

la permanente consulta a los usuarios de los servicios del programa y la identificación de futuros cursos de acción en base a nuevos requerimientos.

- Cobertura: Implica la accesibilidad del grupo objetivo al programa, implica la agilidad y facilidades operativas posibles para acceder a los servicios del plan. También la visibilidad y el marketing que informen y atraigan a empresarios. Se debe evaluar, de igual manera, la proximidad geográfica o interactiva entre los empresarios y los funcionarios de la agencia de promoción.
- Efectividad: Refiere al grado de progreso y avance en la solución y atención de las necesidades del grupo objetivo a través de resultados concretos. Debe conocerse el impacto del programa sobre las acciones de los usuarios a través de indicadores que permitan medir el desempeño del grupo objetivo. Debe analizarse, también, el compromiso del grupo objetivo con el grado de implicancia a través de la generación de nuevas demandas a la agencia de promoción, la participación activa en el programa, entre otros. Por último, debe considerarse la concreción de metas específicas del programa en cuanto a presupuestos.
- Posicionamiento estratégico: Este atributo se vincula con el mix de servicios ofertados institucionalmente y la interacción con otras instituciones que generen sinergias.
- Institucionalidad y prácticas de trabajo: Se deben evaluar los mecanismos de selección de recursos humanos buscando asegurar la participación de los mejores recursos profesionales y técnicos, además de analizar la capacitación interna de la agencia de promoción. Debe considerarse la influencia del poder político sobre la gestión cotidiana de la agencia que lleva a cabo el programa, como así también la independencia institucional y su continuidad y estabilidad a lo largo del tiempo.
- Credibilidad: La imagen pública y la confianza institucional dependen de la legitimación alcanzada entre los usuarios del programa. En ese sentido, el reconocimiento técnico y ético constituyen elementos centrales en la construcción de la credibilidad. Además se debe considerar la calidad de los servicios prestados a los usuarios del programa y la posibilidad de auditorias externas.
- Eficiencia de la operatoria: Se considera una buena práctica la adopción de medidas que permitan una difusión abierta del manejo de los recursos presupuestarios y de la relación fondos aplicados-costos de administración. También se considera la puesta en marcha de instrumentos internos que impidan el uso indebido de recursos evitando la corrupción, como así también la utilización de mecanismos ágiles para el usuario evitando un servicio burocrático.

- Vocación de sustentabilidad: La búsqueda de oportunidades para adicionar recursos financieros para el programa tales como el cofinanciamiento con los usuarios de los servicios.
- Asistencia y cooperación técnica externa: La evaluación de la interacción con instituciones externas y la identificación de programas internacionales similares que sirvan como base y referencia para el diseño del programa local.

Independientemente del trabajo conjunto entre el sector público y privado para promover la exportación de los servicios profesionales, los empresarios deben generar sus propios programas de promoción. En relación a este punto, es importante que los actores del sector sean conscientes de la importancia de asegurar el nivel de calidad de sus servicios ofrecidos a los potenciales clientes; una manera de lograrlo es mediante la certificación de calidad de organismos internacionales. En el sector informático, es condición indispensable contar con certificación que se hace a través de las normas ISO o el CMM (Capability Maturity Model), que establece un marco evolutivo de maduración del proceso de desarrollo de software con cinco niveles de certificación. Otros subsectores de servicios profesionales no cuentan con normas específicas para sus actividades, sin embargo, las normas ISO pueden aplicarse a ellas ya que evalúan los procesos de gestión continua de calidad. No obstante los beneficios de obtener una certificación de calidad, no debe desconocerse que se requiere de un gran esfuerzo financiero y administrativo que muchas veces es difícil de llevar a cabo por las pequeñas empresas.

Financiación

Argentina cuenta con varios programas para financiar la exportación de bienes. Hay programas impulsados desde el sector privado y público. En el caso de los servicios, la incursión del sector financiero ha sido más reciente y cuenta con menos instrumentos.

Desde el sector público, el Banco de Inversión y Comercio exterior es una sociedad anónima de capital estatal que actúa como un banco público de segundo grado. Su meta es financiar la inversión productiva, la infraestructura y el comercio exterior de empresas argentinas. Dispone de dos líneas de crédito: la primera es prefinanciación de exportaciones a la cual pueden acceder prestadores de servicios, en tanto que la segunda es de posfinanciación de exportaciones y no accede el sector de servicios (Solo aquellos que exporten servicios como componentes de proyectos "llave en mano").

La línea de crédito de prefinanciación para prestadores de servicios financia hasta un 75% del monto de servicios exportados por un monto mínimo a financiar de 20 mil dólares y un máximo de 2 millones de USD, con un plazo a acordar y una tasa fija de entre 4,75% y 5,75%.⁵³

Por otro lado, hay programas de financiación para participar en ferias y misiones internacionales como es el caso del crédito del Banco Nación, que financia hasta un 70% de los gastos de alquiler, diseño e instalación de stands, alquiler de equipo audiovisual, gastos de catálogo y material de difusión, flete y seguro de los elementos a exhibir y pasajes y alojamiento de los participantes. El monto máximo a financiar es de 60.000 dólares.⁵⁴

No obstante, éstas y otras líneas de crédito disponibles para negocios start-up, los empresarios del sector informático manifiestan la falta de instrumentos de financiación disponibles. La mayoría utiliza capital propio o el denominado FFF (Family, friends and fools) para comenzar a operar, factor que condiciona el crecimiento del sector. Además, en algunos casos, los empresarios han tomado préstamos personales para incorporar financiamiento a sus negocios.⁵⁵

Pueden tomarse dos instrumentos financieros que se utilizan en Chile para la exportación de servicios como modelos para incorporarlos a Argentina. El primero de ellos es el programa de crédito COFRO-Exportación de hasta 3 millones de dólares con tasas fijas y variables, que financia empresas de servicios de consultoría e ingeniería con una facturación anual de hasta 30 millones de dólares. El programa financia:

1. Adquisición de insumos de producción (materias primas, materiales, partes, piezas, repuestos y servicios) necesarios para la fabricación de bienes y servicios exportables correspondientes a rubros no tradicionales.
2. Inversiones, capital de trabajo, gastos de venta y gastos generales y administrativos requeridos para instalar en el extranjero infraestructuras de comercialización (oficinas de representación, locales de venta, recintos de almacenaje y otros) destinados a comercializar productos y servicios que tengan el carácter de exportaciones no tradicionales.
3. Gastos e inversiones derivadas de los procesos de certificación para acceder a los mercados externos.
4. Préstamos a los exportadores para los períodos de pre y post embarque (PAE).⁵⁶

El segundo instrumento a considerar es el de COFRO en asociación con la Corporación Andina de Fomento, que otorga crédito para empresas extranjeras que demanden servicios de origen

⁵³ <http://www.bice.com.ar/SP/contenidos/contenidos.asp?id=50>

⁵⁴ http://www.bna.com.ar/pymes/py_internacionales_exportadores3.asp

⁵⁵ *Estudios sectoriales: Industria del software*, PROARGENTINA, Enero 2005.

⁵⁶ <http://www.chileclic.gob.cl/1542/article-120641.html>

chileno. Su ventaja reside en que el exportador recibe sus ingresos al momento de efectuarse la exportación y la responsabilidad del cobro del crédito al importador es del organismo gubernamental o privado que lo otorga. ⁵⁷

Deben considerarse los créditos específicos para ciertos tipos de sectores de servicios cuya realización requiere de varias etapas con necesidad de financiación distinta. Este es el caso de los servicios audiovisuales. En Chile, COFRO, contempla líneas de financiamiento que promueven la ejecución de proyectos destinados a la explotación cinematográfica en pro-producción, rodaje, post-producción, distribución y comercialización. Australia también ha llevado a cabo programas similares a través de créditos tributarios y subsidios directos; México es otro ejemplo con apoyo a tres fondos: Fondo de inversión y estímulos de cine, Fondos para la producción cinematográfica de calidad e Ibermedia para el fomento, promoción y difusión.

En la Argentina se ha creado un producto financiero denominado Invertfilm para apoyar al cine nacional. Se trata de un fideicomiso que apunta a captar pequeños inversores con una participación mínima de 1000 pesos. Apunta a apoyar la comercialización y distribución de las producciones nacionales en Argentina y en otros países. Si bien no es un instrumento netamente de exportación de servicios profesionales, lo apoya financieramente.⁵⁸ El instrumento ha comenzado a funcionar recientemente, por lo que deberá hacerse una evaluación de su eficacia a posteriori, al igual que su utilización como modelo a seguir para financiar otros sectores de servicios profesionales.

Para finalizar, crear seguros de exportación de servicios como existen para bienes estimularía la incursión de empresarios en el mercado exterior debido a la posibilidad de disminuir la exposición a riesgos comerciales y políticos derivados de los negocios internacionales. Tal como menciona Francisco Prieto en "Fomento y diversificación de las exportaciones de servicios", en algunos países estos seguros existen pero su costo es tan alto que resultan inaccesibles y recomienda el apoyo gubernamental o de asociaciones privadas para aumentar la cantidad de productos financieros de este tipo, de manera tal que se produzca una reducción de los costos de los mismos.⁵⁹

Infraestructura tecnológica y telecomunicaciones

⁵⁷ Francisco Prieto, *Fomento y diversificación de las exportaciones de servicios*, CEPAL, Diciembre 2003.

⁵⁸ "Los pequeños inversores pueden apostar al éxito del cine argentino" Mercados y finanzas, Ieco, Clarín, 02/05/2009.

⁵⁹ Francisco Prieto, *Fomento y diversificación de las exportaciones de servicios*, CEPAL, Diciembre 2003.

La calidad y el costo de las telecomunicaciones, internet y las tecnologías de la información afectan el desempeño de los servicios profesionales. Por esta razón es que, para evaluar la calidad de la oferta exportable, debe considerarse la infraestructura de telecomunicaciones con las que Argentina cuenta.

Según el estudio “El comercio de servicios en América Latina y el Caribe: Análisis de su dinamismo reciente” de la CEPAL, dentro de la región Chile cuenta con la mejor calidad de infraestructura y Argentina con los costos más bajos (Año 2007).⁶⁰

Desde el nivel Estatal debe planificarse y mantener las redes de telecomunicaciones de manera tal que se mantengan a la vanguardia evitando que se vuelva obsoleto. Por su parte, los empresarios del sector deben interesarse por mantenerse actualizados en materia de telecomunicaciones, por su importancia como soporte físico de sus negocios. En este aspecto, es importante destacar que las políticas públicas deben fomentar esta actitud en el sector privado, alentando y apoyando a los empresarios argentinos para que utilicen nuevas tecnologías y de esta manera aumenten su competitividad. Medidas tales como las desgravaciones impositivas para la adquisición de tecnología de punta son herramientas eficaces para este fin.

Por último en el marco de la OMC, se firmó el Acuerdo sobre tecnología de la información (ATI) en el que los países adherentes se comprometieron a reducir a cero los aranceles para importación de los productos de tecnología de la información listados en el acuerdo. Argentina no lo firmó y en consecuencia las empresas que importen esos productos se encuentran en desventaja respecto a los empresarios de los países adherentes debido a un mayor costo de adquisición.⁶¹

Zona franca de servicios

En la Argentina, de acuerdo a lo establecido en el Código Aduanero, se considera Área franca a un ámbito dentro del cual la mercadería no está sometida al control habitual del servicio aduanero y su introducción y extracción no están gravadas con el pago de tributos, salvo las tasas retributivas de servicios que pudieren establecerse, ni alcanzadas por prohibiciones de carácter económico. En el área franca, la mercadería puede ser objeto de almacenamiento, comercialización, utilización y consumo, como también de transformación, elaboración, combinación, mezcla, reparación o cualquier otro perfeccionamiento o beneficio.⁶²

La legislación actual limita la creación de zonas francas para actividades que tengan como objeto principal los bienes y en especial actividades logísticas. Sin embargo, en otros países, la

⁶⁰ *El comercio de servicios en América Latina y el Caribe: Análisis de su dinamismo creciente*, CEPAL, 2007.

⁶¹ *El comercio de servicios en América Latina y el Caribe: Análisis de su dinamismo creciente*, CEPAL, 2007.

⁶² Ley 22415, Código Aduanero Argentino.

definición de las actividades que pueden llevarse a cabo en las zonas francas es más amplia y abarca al sector de servicios.

Un ejemplo a considerar es Uruguay que, a partir de la Ley 15921 del año 1987, dispuso que las zonas francas pudieran abarcar las siguientes actividades:

- A) Comercialización de bienes, depósito, almacenamiento, acondicionamiento, selección, clasificación, fraccionamiento, armado, desarmado, manipulación o mezcla de mercancías o materias primas de procedencia extranjera o nacional.
- B) Instalación y funcionamiento de establecimientos fabriles.
- C) Prestación de todo tipo de servicios, no restringidos por la normativa nacional, tanto dentro de la zona franca como desde ella a terceros países.⁶³

En Uruguay se encuentran en funcionamiento 11 zonas francas con un total de 1036 empresas operando. De ellas, 451 pertenecen al sector de servicios profesionales (Sector financiero y Servicios a empresas) lo que en términos porcentuales representa un 43%. La Zona franca con mayor cantidad de establecimientos es Zonamérica, ubicada en Montevideo, que concentra un total de 642 empresas (330 de servicios profesionales).⁶⁴

En conjunto, las zonas francas de Uruguay explicaron el 4% de su PBI en el año 2005. Zonamérica aportó un 2,68%. Desagregando los resultados económicos por actividades, se observa que el sector de servicios profesionales generó un valor agregado bruto de aproximadamente 172 millones de dólares (Intermediación y servicios financieros 115 millones, industria de software 9 millones y servicios prestados a empresas – Incluye call centers y consultoría- 48 millones).⁶⁵

Si bien en la Argentina, de acuerdo a la legislación actual, la instalación de empresas del sector de servicios profesionales no está permitida, podría considerarse la posibilidad de ampliar la normativa como herramienta de apoyo al sector. De esta manera, beneficios tales como la exención de impuestos sobre servicios de telecomunicaciones resultarían en una reducción de costos. Además, podría dotarse al perímetro de las zonas francas con una infraestructura tecnológica y de telecomunicaciones de vanguardia, evitando incurrir en una inversión más grande por la dispersión geográfica de las empresas de servicios profesionales.

Por último la localización de una zona franca de servicios podría hacerse en zonas cuyo desarrollo económico se quiera fomentar, tal como Irlanda lo hizo en el Condado de Cork.

⁶³ Ley 15921/1987 Uruguay.

⁶⁴ Anexos: Cuadro XII.

⁶⁵ Anexos: Cuadro XIII.

Conclusiones

Conclusiones

El desarrollo tecnológico de las telecomunicaciones ha abierto una oportunidad de comercio internacional de intangibles que es preciso aprovechar. Algunas empresas argentinas se encuentran exportando servicios profesionales con gran éxito, especialmente del sector de IT. También algunas agencias de promoción han detectado esta oportunidad y han generado programas de apoyo al sector. Sin embargo, una visión global que abarque aspectos como la evaluación de la calidad de los recursos humanos con los que el país cuenta y la infraestructura tecnológica, debería ser la base para crear políticas y proyectos a nivel nacional.

El presente trabajo abarcó aspectos generales a considerar para generar esas políticas, aunque un análisis más profundo de los temas expuestos se vuelve necesario. En ese estudio, es necesario evaluar cada una de las propuestas expuestas y generar estrategias a corto, mediano y largo plazo. Para ello, el sector privado y el público deberán trabajar en conjunto. De igual manera, deben consultarse actores y especialistas de distintos ámbitos como por ejemplo, el área educativa o tecnológica.

Desde un punto de vista estratégico debería comenzarse por evaluar las fortalezas y debilidades actuales para poder emprender acciones correctivas antes de lanzarse al mercado externo. En una segunda etapa debería planificarse el lanzamiento con la participación de las instituciones que promueven el comercio exterior argentino. En última instancia, debería realizarse una evaluación continua de los resultados de los programas de apoyo como así también de las empresas de servicios profesionales que se encuentren exportando. Así se podría generar una mejora continua de un sector con un gran dinamismo.

En conclusión, considerando el significativo aporte que el sector de servicios tiene en la balanza comercial de servicios y el potencial de crecimiento del comercio mundial, planificar el desarrollo del sector resulta una alternativa interesante para nuestro comercio exterior.

Anexos

Cuadro I

EXPORTACIONES MUNDIALES DE OTROS SERVICIOS COMERCIALES - VALORES

Millones de Dólares

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
MUNDO	317.941	365.079	415.585	422.788	456.423	512.182	561.510	599.407	636.297	664.824	707.299	724.479	803.143	948.573	1.130.674	1.269.846	1.409.597
Unión Europea 25	189.007	198.604	227.172	214.299	218.784	245.559	265.647	270.557	290.701	307.538	318.095	345.695	396.585	483.000	573.421	627.601	693.393
Estados Unidos	58.730	67.470	73.384	77.684	88.297	97.563	109.315	120.086	130.091	143.504	147.532	147.907	157.795	170.430	195.896	220.186	243.629
EFTA	12.216	12.946	14.165	14.945	15.320	17.568	19.509	20.385	31.161	34.181	38.166	41.248	50.369	65.602	82.743	94.754	110.388
Japón	..	23.842	27.012	30.739	34.506	39.543	42.033	43.149	37.399	34.640	40.267	37.203	38.193	42.270	54.199	62.028	71.180
India	2.107	2.109	1.604	1.706	2.052	2.303	2.418	4.279	6.970	9.656	11.245	12.089	13.903	16.417	27.738	42.618	59.605
ASEAN	10.556	12.272	15.566	18.803	26.000	27.544	35.623	38.675	26.512	20.717	21.734	20.340	23.641	29.762	40.862	47.313	44.769
China, Hong Kong	17.179	18.601	21.751	23.178	23.843	25.582	28.800	33.147	38.831
China	1.411	2.622	3.640	4.580	6.218	7.048	7.331	9.540	8.993	9.730	10.529	10.907	13.639	21.421	24.628	29.682	37.035
Canadá	8.627	9.388	9.908	10.825	12.094	12.950	14.839	16.708	18.265	19.385	21.912	21.317	22.739	26.516	28.415	31.840	33.948
ALADI	5.371	5.567	6.273	7.073	7.874	8.836	8.738	9.986	11.308	11.575	14.529	13.430	13.094	13.219	14.463	18.190	20.961
República de Korea	3.297	3.285	3.646	4.542	6.104	8.405	9.768	10.565	8.452	8.222	10.012	9.491	9.237	10.419	13.283	15.447	20.693
China, Prov. de Taiwan	5.041	7.226	6.263	7.181	8.387	9.964	9.740	10.083	12.151	11.979	13.302	15.802	16.441	14.926	17.877
MERCOSUR	1.735	1.635	1.901	2.292	2.896	3.880	3.887	5.057	5.946	5.932	7.807	7.861	7.747	8.270	9.509	12.166	14.791
Federación Rusa	-	-	2.150	2.475	2.548	3.268	2.694	2.338	2.580	3.216	3.956	5.608	7.272	9.988	13.218
OCEANÍA	2.885	3.155	3.194	3.324	3.904	4.285	5.012	5.499	5.326	6.142	7.205	5.761	6.576	7.893	9.108	9.805	10.334
CAN	1.359	1.263	1.440	1.560	1.214	1.292	1.290	1.569	1.690	1.555	1.554	1.505	1.325	1.391	1.582	1.805	1.970

FUENTE: UNCTAD. Handbook of Statistics 2006-2007 (TD/STAT.31), 01/07/2007.

Cuadro II

Variación porcentual anual de las exportaciones mundiales de otros servicios comerciales

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
MUNDO	317.941	365.079	415.585	422.788	456.423	512.182	561.510	599.407	636.297	664.824	707.299	724.479	803.143	948.573	1.130.674	1.269.846	1.409.597
Variación porcentual		15	14	2	8	12	10	7	6	4	6	2	11	18	19	12	11
Variación porcentual promedio	10																

Cuadro III

Cuadro II.14
Participación
Porcentual

EXPORTACIONES MUNDIALES DE OTROS SERVICIOS COMERCIALES - PORCENTAJES

	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Unión Europea 25	59,4	54,4	54,7	50,7	47,9	47,9	47,3	45,1	45,7	46,3	45,0	47,7	49,4	50,9	50,7	49,4	49,2
Estados Unidos	18,5	18,5	17,7	18,4	19,3	19,0	19,5	20,0	20,4	21,6	20,9	20,4	19,6	18,0	17,3	17,3	17,3
EFTA	3,8	3,5	3,4	3,5	3,4	3,4	3,5	3,4	4,9	5,1	5,4	5,7	6,3	6,9	7,3	7,5	7,8
Japón	..	6,5	6,5	7,3	7,6	7,7	7,5	7,2	5,9	5,2	5,7	5,1	4,8	4,5	4,8	4,9	5,0
India	0,7	0,6	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,7	1,1	1,5	1,6	1,7	1,7	1,7	2,5	3,4	4,2
ASEAN	3,3	3,4	3,7	4,4	5,7	5,4	6,3	6,5	4,2	3,1	3,1	2,8	2,9	3,1	3,6	3,7	3,2
China, Hong Kong	2,7	2,8	3,1	3,2	3,0	2,7	2,5	2,6	2,8
China	0,4	0,7	0,9	1,1	1,4	1,4	1,3	1,6	1,4	1,5	1,5	1,5	1,7	2,3	2,2	2,3	2,6
Canadá	2,7	2,6	2,4	2,6	2,6	2,5	2,6	2,8	2,9	2,9	3,1	2,9	2,8	2,8	2,5	2,5	2,4
ALADI	1,7	1,5	1,5	1,7	1,7	1,7	1,6	1,7	1,8	1,7	2,1	1,9	1,6	1,4	1,3	1,4	1,5
República de Korea	1,0	0,9	0,9	1,1	1,3	1,6	1,7	1,8	1,3	1,2	1,4	1,3	1,2	1,1	1,2	1,2	1,5
China, Prov. de Taiwan	1,2	1,7	1,4	1,4	1,5	1,7	1,5	1,5	1,7	1,7	1,7	1,7	1,5	1,2	1,3
MERCOSUR	0,5	0,4	0,5	0,5	0,6	0,8	0,7	0,8	0,9	0,9	1,1	1,1	1,0	0,9	0,8	1,0	1,0
Federación Rusa	0,5	0,5	0,5	0,5	0,4	0,4	0,4	0,4	0,5	0,6	0,6	0,8	0,9
OCEANÍA	0,9	0,9	0,8	0,8	0,9	0,8	0,9	0,9	0,8	0,9	1,0	0,8	0,8	0,8	0,8	0,8	0,7
CAN	0,4	0,3	0,3	0,4	0,3	0,3	0,2	0,3	0,3	0,2	0,2	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1

FUENTE: UNCTAD. Handbook of Statistics 2006-2007 (TD/STAT.31), 01/07/2007.

Cuadro IV: Lista de clasificación sectorial de Clasificación Central de Productos utilizada por la OMC.

LISTA DE CLASIFICACION SECTORIAL DE LOS SERVICIOS

<u>SECTORES Y SUBSECTORES</u>	<u>NUMERO CORRESPONDIENTE DE LA CCP Sección B</u>
1. <u>SERVICIOS PRESTADOS A LAS EMPRESAS</u>	
A. <u>Servicios profesionales</u>	
a. Servicios jurídicos	861
b. Servicios de contabilidad, auditoría y teneduría de libros	862
c. Servicios de asesoramiento tributario	863
d. Servicios de arquitectura	8671
e. Servicios de ingeniería	8672
f. Servicios integrados de ingeniería	8673
g. Servicios de planificación urbana y de arquitectura paisajista	8674
h. Servicios médicos y dentales	9312
i. Servicios de veterinaria	932
j. Servicios proporcionados por parteras, enfermeras, fisioterapeutas y personal paramédico	93191
k. Otros	
B. <u>Servicios de informática y servicios conexos</u>	
a. Servicios de consultores en instalación de equipo de informática	841
b. Servicios de aplicación de programas de informática	842
c. Servicios de procesamiento de datos	843
d. Servicios de bases de datos	844
e. Otros	845+849
C. <u>Servicios de Investigación y Desarrollo</u>	
a. Servicios de investigación y desarrollo de las ciencias naturales	851
b. Servicios de investigación y desarrollo de las ciencias sociales y las humanidades	852
c. Servicios interdisciplinarios de investigación y desarrollo	853
D. <u>Servicios inmobiliarios</u>	
a. Servicios inmobiliarios relativos a bienes raíces propios o arrendados	821
b. Servicios inmobiliarios a comisión o por contrato	822

E.	<u>Servicios de arrendamiento o alquiler sin operarios</u>	
a.	Servicios de arrendamiento o alquiler de buques sin tripulación	83103
b.	Servicios de arrendamiento o alquiler de aeronaves sin tripulación	83104
c.	Servicios de arrendamiento o alquiler de otros medios de transporte sin personal	83101+83102+ 83105
d.	Servicios de arrendamiento o alquiler de otro tipo de maquinaria y equipo sin operarios	83106-83109
e.	Otros	832
F.	<u>Otros servicios prestados a las empresas</u>	
a.	Servicios de publicidad	871
b.	Servicios de investigación de mercados y encuestas de la opinión pública	864
c.	Servicios de consultores en administración	865
d.	Servicios relacionados con los de los consultores en administración	866
e.	Servicios de ensayos y análisis técnicos	8676
f.	Servicios relacionados con la agricultura, la caza y la silvicultura	881
g.	Servicios relacionados con la pesca	882
h.	Servicios relacionados con la minería	883+5115
i.	Servicios relacionados con las manufacturas	884+885 (excepto los comprendidos en la partida 88442)
j.	Servicios relacionados con la distribución de energía	887
k.	Servicios de colocación y suministro de personal	872
l.	Servicios de investigación y seguridad	873
m.	Servicios conexos de consultores en ciencia y tecnología	8675
n.	Servicios de mantenimiento y reparación de equipo (con exclusión de las embarcaciones, las aeronaves y demás equipo de transporte)	633+ 8861-8866
o.	Servicios de limpieza de edificios	874
p.	Servicios fotográficos	875
q.	Servicios de empaque	876
r.	Servicios editoriales y de imprenta	88442
s.	Servicios prestados con ocasión de asambleas o convenciones	87909*
t.	Otros	8790
2.	<u>SERVICIOS DE COMUNICACIONES</u>	
A.	<u>Servicios postales</u>	7511
B.	<u>Servicios de correos</u>	7512

El asterisco (*) indica que el servicio especificado es un elemento de una partida más agregada de la CCP especificada en otro lugar de esta lista de clasificación.

C. <u>Servicios de telecomunicaciones</u>	
a. Servicios de teléfono	7521
b. Servicios de transmisión de datos con conmutación de paquetes	7523**
c. Servicios de transmisión de datos con conmutación de circuitos	7523**
d. Servicios de télex	7523**
e. Servicios de telégrafo	7522
f. Servicios de facsímil	7521**+7529**
g. Servicios de circuitos privados arrendados	7522**+7523**
h. Correo electrónico	7523**
i. Correo vocal	7523**
j. Extracción de información en línea y de bases de datos	7523**
k. Servicios de intercambio electrónico de datos (IED)	7523**
l. Servicios de facsímil ampliados/de valor añadido, incluidos los de almacenamiento y retransmisión y los de almacenamiento y recuperación	7523**
m. Conversión de códigos y protocolos	n.d.
n. Procesamiento de datos y/o información en línea (con inclusión del procesamiento de transacción)	843**
o. Otros	
D. <u>Servicios audiovisuales</u>	
a. Servicios de producción y distribución de películas cinematográficas y cintas de vídeo	9611
b. Servicios de proyección de películas cinematográficas	9612
c. Servicios de radio y televisión	9613
d. Servicios de transmisión de sonido e imágenes	7524
e. Grabación sonora	n.d.
f. Otros	
E. <u>Otros</u>	
3. <u>SERVICIOS DE CONSTRUCCION Y SERVICIOS DE INGENIERIA CONEXOS</u>	
A. <u>Trabajos generales de construcción para la edificación 512</u>	
B. <u>Trabajos generales de construcción para ingeniería civil</u>	513

Los dos asteriscos (**) indican que el servicio especificado constituye únicamente parte de la gama total de actividades abarcada por la partida correspondiente de la CCP (por ejemplo, los servicios de correo vocal no son sino un elemento de la partida 7523 de la CCP).

C.	<u>Armado de construcciones prefabricadas y trabajos de instalación</u>	514+516
D.	<u>Trabajos de terminación de edificios</u>	517
E.	<u>Otros</u>	511+515+518
4.	<u>SERVICIOS DE DISTRIBUCION</u>	
A.	<u>Servicios de comisionistas</u>	621
B.	<u>Servicios comerciales al por mayor</u>	622
C.	<u>Servicios comerciales al por menor</u>	631+632 6111+6113+6121
D.	<u>Servicios de franquicia</u>	8929
E.	<u>Otros</u>	
5.	<u>SERVICIOS DE ENSEÑANZA</u>	
A.	<u>Servicios de enseñanza primaria</u>	921
B.	<u>Servicios de enseñanza secundaria</u>	922
C.	<u>Servicios de enseñanza superior</u>	923
D.	<u>Servicios de enseñanza de adultos n.c.p.</u>	924
E.	<u>Otros servicios de enseñanza</u>	929
6.	<u>SERVICIOS RELACIONADOS CON EL MEDIO AMBIENTE</u>	
A.	<u>Servicios de alcantarillado</u>	9401
B.	<u>Servicios de eliminación de desperdicios</u>	9402
C.	<u>Servicios de saneamiento y servicios similares</u>	9403
D.	<u>Otros</u>	
7.	<u>SERVICIOS FINANCIEROS</u>	
A.	<u>Todos los servicios de seguros y relacionados con los seguros</u>	812**
a.	Servicios de seguros de vida, contra accidentes y de salud	8121
b.	Servicios de seguros distintos de los seguros de vida	8129
c.	Servicios de reaseguro y retrocesión	81299*
d.	Servicios auxiliares de los seguros (incluidos los de corredores y agencias de seguros)	8140
B.	<u>Servicios bancarios y otros servicios financieros (excluidos los seguros)</u>	

a. Aceptación de depósitos y otros fondos reembolsables del público	81115-81119
b. Préstamos de todo tipo, incluidos, entre otros, créditos personales, créditos hipotecarios, <u>factoring</u> y financiación de transacciones comerciales	8113
c. Servicios financieros de arrendamiento con opción de compra	8112
d. Todos los servicios de pago y transferencia monetaria	81339**
e. Garantías y compromisos	81199**
f. Intercambio comercial por cuenta propia o de clientes, ya sea en una bolsa, en un mercado extrabursátil, o de otro modo, de lo siguiente:	
- instrumentos del mercado monetario (cheques, letras, certificados de depósito, etc.)	81339**
- divisas 81333	
- productos derivados, incluidos, aunque no exclusivamente, futuros y opciones	81339**
- instrumentos de los mercados cambiario y monetario, por ejemplo, "swaps", acuerdos de tipo de interés a plazo, etc.	81339*
- valores transferibles	81321*
- otros instrumentos y activos financieros negociables, metal inclusive	81339**
g. Participación en emisiones de toda clase de valores, con inclusión de la suscripción y colocación como agentes (pública o privadamente) y la prestación de servicios relacionados con esas emisiones	8132
h. Corretaje de cambios	81339**
i. Administración de activos; por ejemplo, administración de fondos en efectivo o de carteras de valores, gestión de inversiones colectivas en todas sus formas, administración de fondos de pensiones, servicios de depósito y servicios fiduciarios	8119+** 81323*
j. Servicios de pago y compensación respecto de activos financieros, con inclusión de valores, productos derivados, y otros instrumentos negociables	81339** u 81319**
k. Servicios de asesoramiento y otros servicios financieros auxiliares respecto de cualesquiera de las actividades enumeradas en el artículo 1B del documento MTN.TNC/W/50, con inclusión de informes y análisis de crédito, estudios y asesoramiento sobre inversiones y carteras de valores, y asesoramiento sobre adquisiciones y sobre reestructuración y estrategia de las empresas	8131 u 8133
l. Suministro y transferencia de información	

	financiera, y procesamiento de datos financieros y soporte lógico con ellos relacionado, por proveedores de otros servicios financieros	8131
	C. <u>Otros</u>	
8.	<u>SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD</u> (distintos de los enumerados en 1.A.h-j.)	
	A. <u>Servicios de hospital</u>	9311
	B. <u>Otros servicios de salud humana</u> (excepto los comprendidos en la partida 93191)	9319
	C. <u>Servicios sociales</u>	933
	D. <u>Otros</u>	
9.	<u>SERVICIOS DE TURISMO Y SERVICIOS RELACIONADOS CON LOS VIAJES</u>	
	A. <u>Hoteles y restaurantes</u> (incluidos los servicios de suministro de comidas desde el exterior por contrato)	641-643
	B. <u>Servicios de agencias de viajes y organización de viajes en grupo</u>	7471
	C. <u>Servicios de guías de turismo</u>	7472
	D. <u>Otros</u>	
10.	<u>SERVICIOS DE ESPARCIMIENTO, CULTURALES Y DEPORTIVOS</u> (excepto los servicios audiovisuales)	
	A. <u>Servicios de espectáculos</u> (incluidos los de teatro, bandas y orquestas, y circos)	9619
	B. <u>Servicios de agencias de noticias</u>	962
	C. <u>Servicios de bibliotecas, archivos, museos y otros servicios culturales</u>	963
	D. <u>Servicios deportivos y otros servicios de esparcimiento</u>	964
	E. <u>Otros</u>	
11.	<u>SERVICIOS DE TRANSPORTE</u>	
	A. <u>Servicios de transporte marítimo</u>	

a.	Transporte de pasajeros	7211
b.	Transporte de carga	7212
c.	Alquiler de embarcaciones con tripulación	7213
d.	Mantenimiento y reparación de embarcaciones	8868**
e.	Servicios de remolque y tracción	7214
f.	Servicios de apoyo relacionados con el transporte marítimo	745**
B.	<u>Transporte por vías navegables interiores</u>	
a.	Transporte de pasajeros	7221
b.	Transporte de carga	7222
c.	Alquiler de embarcaciones con tripulación	7223
d.	Mantenimiento y reparación de embarcaciones	8868**
e.	Servicios de remolque y tracción	7224
f.	Servicios de apoyo relacionados con el transporte por vías navegables interiores	745**
C.	<u>Servicios de transporte aéreo</u>	
a.	Transporte de pasajeros	731
b.	Transporte de carga	732
c.	Alquiler de aeronaves con tripulación	734
d.	Mantenimiento y reparación de aeronaves	8868**
e.	Servicios de apoyo relacionados con el transporte aéreo	746
D.	<u>Transporte por el espacio</u>	733
E.	<u>Servicios de transporte por ferrocarril</u>	
a.	Transporte de pasajeros	7111
b.	Transporte de carga	7112
c.	Servicios de remolque y tracción	7113
d.	Mantenimiento y reparación de equipo de transporte por ferrocarril	8868**
e.	Servicios de apoyo relacionados los servicios de transporte por ferrocarril	743
F.	<u>Servicios de transporte por carretera</u>	
a.	Transporte de pasajeros	7121+7122
b.	Transporte de carga	7123
c.	Alquiler de vehículos comerciales con conductor	7124
d.	Mantenimiento y reparación de equipo de transporte por carretera	6112+8867
e.	Servicios de apoyo relacionados con los servicios de transporte por carretera	744
G.	<u>Servicios de transporte por tuberías</u>	
a.	Transporte de combustibles	7131
b.	Transporte de otros productos	7139
H.	<u>Servicios auxiliares en relación con todos los medios de transporte</u>	
a.	Servicios de carga y descarga	741
b.	Servicios de almacenamiento	742

c. Servicios de agencias de transporte de carga	748
d. Otros	749

I. Otros servicios de transporte

12. OTROS SERVICIOS N.C.P. 95+97+98+99

Cuadro V: Lista de servicios del Manual de Balanza de pagos del FMI

B. Services	200
1. Transportation	205
Total passenger	850
Total freight	851
Total other services	852
1.1 Sea transport	206
1.1.1 Passenger	207
1.1.2 Freight	208
1.1.3 Other	209
1.2 Air transport	210
1.2.1 Passenger	211
1.2.2 Freight	212
1.2.3 Other	213
1.3 Other transport	214
1.3.1 Passenger	215
1.3.2 Freight	216
1.3.3 Other	217
1.4 Space transport	218
1.5 Rail transport	219
1.5.1 Passenger	220
1.5.2 Freight	221
1.5.3 Other	222
1.6 Road transport	223
1.6.1 Passenger	224
1.6.2 Freight	225
1.6.3 Other	226

1.7 Inland waterway transport	227
1.7.1 Passenger	228
1.7.2 Freight	229
1.7.3 Other	230
1.8 Pipeline transport and electricity transmission	231
1.9 Other supporting and auxiliary transport services	232
2. Travel	236
2.1 Business travel	237
2.1.1 Expenditure by seasonal and border workers	238
2.1.2 Other	239
2.2 Personal travel	240
2.2.1 Health-related expenditure	241
2.2.2 Education-related expenditure	242
2.2.3 Other	243
3. Communications services	245
3.1 Postal and courier services	246
3.2 Telecommunications Services	247
4. Construction services	249
4.1 Construction abroad	250
4.2 Construction in the compiling economy	251
5. Insurance services	253
5.1 Life insurance and pension funding	254
5.2 Freight insurance	255
5.3 Other direct insurance	256
5.4 Reinsurance	257
5.5 Auxiliary services	258
6. Financial services	260
7. Computer and information services	262
7.1 Computer services	263
7.2 Information services	264
7.2.1 News agency services	889
7.2.2 Other information provision services	890
8. Royalties and license fees	266

8.1 Franchises and similar rights	891
8.2 Other royalties and license fees	892
9. Other business services	268
9.1 Merchanting and other trade-related services	269
9.1.1 Merchanting	270
9.1.2 Other trade-related services	271
9.2 Operational leasing services	272
9.3 Miscellaneous business, professional, and technical services	273
9.3.1 Legal, accounting, management consulting, and public relations	274
9.3.1.1 Legal services	275
9.3.1.2 Accounting, auditing, bookkeeping, and tax consulting services	276
9.3.1.3 Business and management consulting and public relations services	277
9.3.2 Advertising, market research, and public opinion polling	278
9.3.3 Research and development	279
9.3.4 Architectural, engineering, and other technical services	280
9.3.5 Agricultural, mining, and on-site processing services	281
9.3.5.1 Waste treatment and depollution	282
9.3.5.2 Agricultural, mining, and other on-site processing services	283
9.3.6 Other business services	284
9.3.7 Services between related enterprises, n.i.e.	285
10. Personal, cultural, and recreational services	287
10.1 Audiovisual and related services	288
10.2 Other personal, cultural, and recreational services	289
10.2.1 Education services	895
10.2.2 Health services	896
10.2.3 Other	897
11. Government services, n.i.e.	291
11.1 Embassies and consulates	292
11.2 Military units and agencies	293
11.3 Other government services	294

Form Date: AUGUST, 2003
Balance of payments coding system - IMF

Cuadro VI: Balanza de pagos de servicios de Argentina

Estimación del Balance de Pagos

Cuadro 3: Servicios (1)

-En millones de dólares-

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Saldos	2.557	3.326	3.779	3.436	3.547	4.385	4.444	4.111	4.284	3.863	1.460	1.193	1.331	-992	-501	-452	-889
Transportes	-507	-926	1.226	1.100	1.296	1.655	1.629	1.327	1.267	1.212	-174	-194	-460	-693	-870	1309	2011
Viajes	1.222	1.518	1.465	1.056	-963	1.185	1.205	1.297	1.521	1.251	-793	-506	-369	-61	245	393	94
Servicios del gobierno n.i.o.p.	-146	-98	-107	-120	-155	-131	-67	-69	-99	-70	-113	-150	-160	-147	-157	-176	-215
Total servicios no profesionales	1.875	2.542	2.798	2.275	2.414	2.971	2.902	2.693	2.888	2.533	1.079	-850	-988	-901	-782	1.092	2.132
Servicios de comunicaciones	56	73	91	140	179	79	20	29	-30	-52	-74	-81	-61	-59	-36	-47	-94
Servicios de construcción	0	-1	-7	-1	-6	-2	18	22	7	0	8	4	30	44	19	22	2
Servicios de seguros	-37	-17	-203	-369	-301	-315	-296	-271	-187	-219	-52	-149	-158	-230	-283	-375	-380
Servicios financieros	-50	-188	-72	-120	-158	-202	-197	-184	-164	-181	-49	-112	-103	-206	-71	-78	-76
Servicios de informática e información	-7	-14	-32	-29	-29	-21	-7	-7	-2	-3	-3	26	33	43	152	270	412
Servicios empresariales, profesionales y técnicos	-300	-244	-311	-315	-271	-299	-373	-354	-323	-168	107	305	367	878	1.150	1704	2307
Servicios personales, culturales y recreativos	-67	-81	-80	-88	-82	-128	-144	-97	-153	-190	0	14	10	38	86	90	201
Regalías	-278	-313	-368	-380	-466	-527	-564	-557	-544	-517	-318	-351	-459	-600	-735	-946	1129
Total servicios profesionales	-682	-784	-982	1.161	1.133	1.414	1.543	1.418	1.396	1.330	-381	-344	-343	-91	281	640	1.243

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Ingresos	2.984	3.071	3.364	3.826	4.405	4.599	4.854	4.719	4.936	4.627	3.495	4.500	5.288	6.634	8.023	10.376	12.090
Transportes	1.112	860	889	1.007	1.085	1.146	1.155	1.092	1.145	893	755	932	1.140	1.264	1.408	1712	1867
Viajes	1.479	1.696	1.933	2.222	2.621	2.778	3.025	2.898	2.904	2.642	1.535	2.006	2.235	2.729	3.344	4.314	4.658
Servicios del gobierno																	
n.i.o.p.	127	138	148	150	151	152	153	161	160	158	67	81	86	115	124	130	151
Total servicios no profesionales	2.718	2.694	2.970	3.379	3.857	4.075	4.332	4.152	4.209	3.692	2.357	3.019	3.461	4.109	4.876	6.156	6.676
Servicios de comunicaciones	201	228	277	333	360	270	193	169	175	187	150	146	162	210	273	313	350
Servicios de construcción	0	1	0	1	8	8	22	28	7	0	16	41	61	46	20	38	30
Servicios de seguros	2	48	7	2	1	2	0	0	12	0	0	0	0	0	0	0	0
Servicios financieros	3	3	8	7	6	6	6	5	6	4	1	1	2	4	6	9	8
Servicios de informática e información	9	13	11	13	31	60	83	93	147	189	127	166	193	238	378	551	770
Servicios empresariales, profesionales y técnicos	42	72	78	74	118	140	180	229	324	471	715	953	1.194	1.774	2.140	2.915	3.729
Servicios personales, culturales y recreativos	4	5	5	5	10	20	11	16	18	38	95	122	153	203	258	304	419
Regalías	6	7	9	12	16	18	26	25	37	47	33	51	61	51	71	88	107
Total servicios profesionales	267	377	394	446	549	524	522	567	726	935	1.138	1.481	1.827	2.526	3.147	4.219	5.414
Egresos	5.542	6.396	7.143	7.262	7.952	8.984	9.298	8.830	9.219	8.490	4.956	5.693	6.619	7.626	8.523	10.828	12.979
Transportes	1.619	1.786	2.114	2.107	2.381	2.801	2.784	2.419	2.413	2.104	929	1.126	1.600	1.958	2.278	3.021	3.878
Viajes	2.701	3.213	3.398	3.278	3.584	3.962	4.230	4.195	4.425	3.893	2.328	2.511	2.604	2.790	3.099	3.921	4.564
Servicios del gobierno																	
n.i.o.p.	272	236	255	270	305	283	220	231	260	228	180	231	246	262	281	307	367
Total servicios no profesionales	4.593	5.236	5.768	5.654	6.270	7.046	7.234	6.844	7.097	6.225	3.437	3.868	4.450	5.009	5.658	7.249	8.809
Servicios de comunicaciones	145	155	187	193	182	190	173	140	205	239	224	228	223	269	309	361	444
Servicios de construcción	0	1	7	2	14	10	4	6	0	0	8	37	31	2	1	17	28
Servicios de seguros	39	65	210	371	302	317	296	271	200	219	52	149	158	230	283	375	380
Servicios financieros	53	191	79	126	164	207	203	189	170	185	50	113	105	210	78	87	84
Servicios de informática e información	16	27	43	42	60	82	90	99	149	192	131	139	160	195	226	281	358
Servicios empresariales, profesionales y técnicos	342	316	389	389	388	438	553	584	648	639	608	648	827	896	990	1.211	1.422
Servicios personales, culturales y recreativos	71	86	85	93	91	149	155	114	171	228	96	108	143	165	172	213	218
Regalías	284	320	377	392	482	544	590	582	580	564	351	403	521	651	806	1.034	1.237
Total servicios profesionales	949	1.161	1.375	1.607	1.682	1.938	2.064	1.985	2.122	2.265	1.519	1.825	2.169	2.617	2.865	3.579	4.170

(1) Cifras provisorias. Fuente: Indec

Cuadro VII: Exportaciones de servicios de Chile.

Exportaciones e importaciones de servicios - Exportaciones									
(Millones de dólares)									
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
I. Transportes	2187,6	2294	2205,4	2770,7	3456,8	4301,2	4694,9	5202,9	6380,4
II. Viajes	819,4	798,5	897,6	883,4	1095	1109,1	1213,3	1477,5	1756,6
III. Otros	1075,9	1045,9	1282,5	1415,4	1481,9	1723,8	1922,3	2271,5	2617,5
Servicios de comunicaciones	207,3	124,7	161,8	158,1	162,7	147,8	142,9	150,8	169,6
Servicios de construcción	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Servicios de seguros	76	70,5	137,9	124,1	136,2	163,1	189,3	224,4	265,8
Servicios financieros	37,5	34,2	24,6	29,6	31,4	34	37,4	39,8	47,2
Servicios de informática e información	33,4	42,8	62,9	81,4	70,5	74,2	78,4	82	99,1
Regalías y derechos de licencia	10	24,9	41,1	45,5	48,5	54	55,2	61,2	63,6
Otros servicios empresariales	601,6	652	745,3	829,9	889,8	1087,4	1236,3	1517,8	1752,4
Servicios personales, culturales y recreativos	21,7	29	38,6	67,6	58,3	69,2	78,4	84,5	110,6
Servicios del gobierno, niop (2)	88,4	67,7	70,3	79,3	84,5	94,2	104,3	111	109,1
IV. Total (I+II+III)	4082,9	4138,4	4385,5	5069,5	6033,7	7134	7830,4	8951,9	10754,5

Fuente: Banco Central de Chile

Cuadro VIII: Balanza de pagos de servicios de Irlanda.

Current Account by Component, Statistic and Year												
		1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Services	Current Account Credit (Euro Million)	12545	15822	21674	28562	31589	37133	42424	48219	57069	67960	69203
	Current Account Debit (Euro Million)	21364	25999	35563	41822	45370	48223	52625	57521	63867	69081	74574
	Balance	-8819	-10177	-13889	-13260	-13781	-11090	-10201	-9302	-6798	-1121	-5371
Transport	Current Account Credit (Euro Million)	1158	1251	1501	1658	1710	1708	1895	2131	2334	2908	3010
	Current Account Debit (Euro Million)	2080	2290	2852	2001	1908	1725	1790	1982	2027	2067	1867
	Balance	-922	-1039	-1351	-343	-198	-17	105	149	307	841	1143
Tourism and travel	Current Account Credit (Euro Million)	2310	2473	2851	3131	3256	3409	3536	3863	4258	4426	4279
	Current Account Debit (Euro Million)	2115	2479	2750	3206	3942	4188	4184	4898	5446	6300	7055
	Balance	195	-6	101	-75	-686	-779	-648	-1035	-1188	-1874	-2776
Total Traditional Services	Current Account Credit (Euro Million)	3468	3724	4352	4789	4966	5117	5431	5994	6592	7334	7289
	Current Account Debit (Euro Million)	4195	4769	5602	5207	5850	5913	5974	6880	7473	8367	8922
	Balance	-727	-1045	-1250	-418	-884	-796	-543	-886	-881	-1033	-1633
Other services not elsewhere stated	Current Account Credit (Euro Million)	162	309	410	564	607	619	739	581	661	710	362
	Current Account Debit (Euro Million)	118	106	96	126	187	190	136	158	176	174	166
	Balance	44	203	314	438	420	429	603	423	485	536	196

Continuación Balanza de pagos de servicios de Irlanda.

		1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Communications	Current Account Credit (Euro Million)	236	265	1025	1123	1040	622	343	432	432	516	525
	Current Account Debit (Euro Million)	170	313	861	559	634	757	622	709	772	819	865
	Balance	66	-48	164	564	406	-135	-279	-277	-340	-303	-340
Insurance	Current Account Credit (Euro Million)	1885	1992	2723	4916	5217	7691	7821	6909	8738	8799	8582
	Current Account Debit (Euro Million)	1793	2396	2965	4739	4187	5547	6039	5976	7239	7133	6517
	Balance	92	-404	-242	177	1030	2144	1782	933	1499	1666	2065
Financial services	Current Account Credit (Euro Million)	901	1563	2255	2080	2909	3365	4267	4850	6214	7440	6850
	Current Account Debit (Euro Million)	953	1185	1574	1443	1707	1806	2235	2654	3906	4635	4298
	Balance	-52	378	681	637	1202	1559	2032	2196	2308	2805	2552
Computer services	Current Account Credit (Euro Million)	3725	5292	8138	9979	11056	12575	15100	15755	18298	21726	23284
	Current Account Debit (Euro Million)	251	265	301	620	589	329	307	352	562	660	686
	Balance	3474	5027	7837	9359	10467	12246	14793	15403	17736	21066	22598
Royalties/licences	Current Account Credit (Euro Million)	279	548	701	207	298	186	282	623	737	865	911
	Current Account Debit (Euro Million)	5466	6807	9051	10578	11697	14208	15169	15482	17534	17469	20598
	Balance	-5187	-6259	-8350	-10371	-11399	-14022	-14887	-14859	-16797	-16604	-19687
All business services	Current Account Credit (Euro Million)	1887	2128	2070	4904	5496	6957	8439	13072	15399	20571	21400
	Current Account Debit (Euro Million)	8419	10159	15113	18551	20517	19472	22146	25313	26203	29826	32524
	Balance	-6532	-8031	13043	-13647	-15021	-12515	-13707	-12241	-10804	-9255	-11124
Total Profesional Services	Current Account Credit (Euro Million)	8913	11788	16912	23209	26016	31396	36252	41641	49818	59917	61552
	Current Account Debit (Euro Million)	17052	21125	29865	36490	39331	42119	46518	50486	56216	60542	65488
	Balance	-8139	-9337	12953	-13281	-13315	-10723	-10266	-8845	-6398	-625	-3936

Central Statistics Office – Ireland

Cuadro IX: Condado de Cork



Cuadro X: Proyectos asistidos por Enterprise Ireland.

TABLE 6 2001 Enterprise Ireland Approvals by Sector for Southwest Region¹

Sector	SWDR	Dublin
Food/consumer goods	57	63
Industrial products	38	16
International services	82	11
Total	177	90

Note: 1. Tabulated from Enterprise Ireland 2002 data.

TABLE 7 Location of Approvals by Centre¹

Location	SWDR	Dublin
Cork City	77	51
Cork County	75	34
Kerry County	20	05
Dublin	04	00
Tipperary	01	00
Total	177	90

Note: 1. Tabulated from Enterprise Ireland 2002 data.

TABLE 8 Form of Assistance Provided by Centre¹

Type	SWDR	Dublin
Feasibility/marketing	40	60
European orientation	00	11
Trade Fairs	10	01
Mngmt. develop./Consult.	09	09
Mentor	23	00
Restructuring	12	10
Grants ²	33	19
Employment grants	21	11
Equity capital	16	05
Training grants	01	11
R&D	03	03
Other	07	04
New Industrial grant	01	00
Total	176	90

Note: 1. Tabulated from Enterprise Ireland 2002 data.
2. Changing condition of aid, closing of firms etc.

Cuadro XI: Creación de puestos de trabajo por los organismos de fomento

TABLE 9 Labour Force Change and Employment Generated by Enterprise Ireland and IDA for 1991-2001

	Ireland	SWDR	CorkCo.est.
Labour force1991	1,382,870	200,000 ¹	156,688
Labour force2001	1,787,416	250,800 ¹	195,624
Change	404,446	50,800	38,936
Net job creation 1991-2001 ²			
IDA	70,750	9,249	--
Enterprise Ireland	74,250	12,000	--

Note: 1. Cork and Kerry Counties.
2. Estimated from IDA and Enterprise Ireland data bases.

Source: Central Statistics Office (1991, 2001).

Cuadro XII: Cantidad de empresas por sector en Zonas francas de Uruguay

Cuadro 3. Cantidad de empresas con actividad por sección según Zona Franca. Año 2006.

	Total	Industria	Construcción	Comercio	Hoteles y Restaurantes	Transporte y Comunicación	Sector Financiero	Servicios a empresas	Eliminación Desperdicios
Total	1.036	30	19	450	3	78	155	296	5
Zonamérica	642	11	3	230	2	23	126	244	3
Botnia	20	2	14	2	0	0	0	2	0
Colonia	99	8	0	46	0	16	11	18	0
Florida	189	3	0	127	1	20	18	18	2
N. Helvecia	19	2	1	12	0	2	0	2	0
Libertad	44	0	0	31	0	8	0	5	0
Río Negro	5	0	1	1	0	1	0	2	0
M'Bopicuá	3	2	0	0	0	0	0	1	0
N. Palmira	10	1	0	1	0	5	0	3	0
Rivera	5	1	0	0	0	3	0	1	0

Cuadro XIII: VAB y VBP en Zonas francas por sector.

Clasificación	VBP (U\$S)	VAB (U\$S)	VAB/VBP (%)
1	300.862.723	177.693.052	59,06
2	1.169.511.753	292.699.243	25,03
3	250.000.471	115.766.133	46,31
4	45.421.868	21.860.980	48,13
5	23.821.229	9.968.431	41,85
6	9.822.298	2.782.799	28,33
7	91.730.592	48.571.514	52,95
8	746.763	296.895	39,76
9	30.856.787	16.567.071	53,69
TOTAL	1.922.774.485	686.206.118	35,69

Sector 1: Industria manufacturera

Sector 2: Comercio

Sector 3: Intermediarios y otros servicios financieros

Sector 4: Transportes

Sector 5: Industria de software

Sector 6: Construcción.

Sector 7: Servicios prestados a empresas

Sector 8: Investigación y desarrollo

Sector 9: Otros

Bibliografía

- *Panorama de la inserción internacional de América latina y el Caribe*, Tendencias 2007 CEPAL, 2006
- *Exportación de servicios: oportunidades de crecimiento para Argentina*, AMCHAM, 2006
- *Aspectos de los servicios profesionales y los marcos normativos relacionados con el comercio y el desarrollo*, Nota de la secretaria de la UCTAD, 2004.
- José Carlos Mattos, *Los desafíos de la clasificación de los servicios y su importancia para las negociaciones comerciales*, CEPAL, 2001.
- Lic. Jorge Berciano y Lic. Sergio Rey, *Promoción y exportación de servicios*, Fundación EXPORTAR, 2002.
- Fernando Schettini (Estudio Schipani & Asociados), *Enquadre impositivo de la prestación de servicios a sujetos residentes en el exterior*, Tradecenter y AMCHAM
- Joaquin Piña, *La deslocalización de funciones no esenciales en las empresas: Oportunidades para exportar servicios. Caso Chile*, CEPAL, 2005.
- Ley N° 22415/1981 y Ley N° 23101/1984.
- Decreto N° 174/1985 Y Código Fiscal de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires
- Resolución N° 002.511, Servicio Nacional de Aduanas, Chile
- *Enterprise Ireland's strategy for international traded services*, Enterprise Ireland, 2008.
- <http://www.enterprise-ireland.com/AboutUs/>
- Enterprise Ireland's strategy for international traded services, Enterprise Ireland, 2008.
- Gerald Romsa, *"Economic growth in Cork County, Ireland and Halifax County, Canada, during the 1990s"*, Canadian Journal of Regional Services, 2003.
- *"Qué contiene la otra agenda del comercio internacional"*, Suplemento Comercio exterior – La Nación, 15 de septiembre del 2009.
- Ley 23.101 - Decreto. 870 B.O. 7/10/03 - Decreto 1011/91
- *Industria del software*, Estudios sectoriales PROARGENTINA, Enero 2005.
- <http://www.comercio.gov.ar/web/index.php?pag=282&btn=161&PHPSESSID=7073340f2ffe8851de534ba710aecd86>
- http://www.apec.org/apec/business_resources/apec_business_travel0.html
- Decisión N° 25/2003 Mecanismo para el ejercicio profesional temporario, Decisión del Consejo del Mercado Común del MERCOSUR.
- *Aspectos de los servicios profesionales y los marcos normativos relacionados con el comercio y el desarrollo*, Nota de la Secretaria de la UNCTAD, Enero 2005.
- Lic. Javier Pablo Hermo, *El futuro del mecanismo experimental de acreditación de carreras de grado universitario (MEXA) del MERCOSUR*, Sociedad Argentina de Estudios Comparados en Educación.
- Memorándum de Entendimiento sobre la implementación del MEXA, capítulo IV
- *"La OMC adopta directrices para el reconocimiento de títulos de aptitud en el sector contabilidad"*, Nota de prensa 73, OMC, 1997.
- <http://dngusisco.siu.edu.ar/>
- *La educación superior en América Latina y el Caribe y la evaluación y acreditación de su calidad. Situación, problemas y perspectivas*, Sociedad Argentina de estudios comparados en educación.
- Rosendo Fraga, *"¿Cuatro abogados por cada ingeniero es lo que necesita la Argentina del Siglo XXI?"*, La Nación, 1/09/2009
- *Ejes de una reforma educativa integral*, Sociedad Argentina de estudios comparados en educación.
- *Competencias técnicas de los trabajadores informáticos. El caso Argentina*, CEPAL, Diciembre 2005.
- Marta Novik, *La dinámica de oferta y demanda de competencias en un sector basado en el conocimiento en Argentina*, CEPAL, 2002.

- *Capacitación en empresas en América Latina, temas principales y sugerencias políticas.*, CEPAL.
- *Buenas prácticas internacionales en apoyo a PYMES, análisis de algunas experiencias recientes en Argentina*, CEPAL , Septiembre del 2000.
- <http://www.bice.com.ar/SP/contenidos/contenidos.asp?id=50>
- http://www.bna.com.ar/pymes/py_internacionales_exportadores3.asp
- <http://www.chileclic.gob.cl/1542/article-120641.html>
- Francisco Prieto, *Fomento y diversificación de las exportaciones de servicios*, CEPAL, Diciembre 2003.
- “*Los pequeños inversores pueden apostar al éxito del cine argentino*” *Mercados y finanzas*, Ieco, Clarín, 02/05/2009.
- *El comercio de servicios en América Latina y el Caribe: Análisis de su dinamismo creciente*, CEPAL, 2007.
- Ley 22415, Código Aduanero Argentino.