

# Exportando con **Exporberto**



**TEMA:  
EXPORTACIÓN DE  
SERVICIOS**

# TABLA DE CONTENIDO

## Contenido

Presentación del tema	1
Objetivo general	1
Objetivos específicos de aprendizaje	1
<b>Introducción</b>	<b>2</b>
<b>1. Definición y modalidades</b>	<b>3</b>
<b>1.1. Exportación de servicios</b>	<b>4</b>
<b>1.2. Modalidades de exportación de servicios</b>	<b>10</b>
<b>1.3. Acuerdos comerciales</b>	<b>12</b>
<b>2. ¿Cómo tributar?</b>	<b>14</b>
<b>2.1. ¿Cómo se debe tributar en la exportación de servicios?</b>	<b>14</b>
<b>3. Beneficios tributarios</b>	<b>16</b>
<b>3.1. Ley de fomento de las exportaciones y el turismo</b>	<b>16</b>
<b>3.2. Saldo a favor del exportador</b>	<b>17</b>
Referencias bibliográficas	18
Sobre PROMPERÚ	19
Contáctanos	19

### Presentación del tema



#### Amigo exportador:

Queremos que este curso sea didáctico y de gran utilidad, para ello necesitamos tu colaboración. Aquí te explicamos el marco general de este tema.

### Objetivo general

A través de este módulo podrás conocer todo lo concerniente a la exportación de servicios en el Perú.

### Objetivos específicos de aprendizaje

A través del desarrollo del subtema “definiciones y modalidades” podrás:

- Conocer los a profundidad los conceptos relacionados a la exportación de servicios, las modalidades en la exportación de servicios y lo referente a los acuerdos comerciales.
- A través del subtema “¿cómo tributar?” el usuario conocerá cómo se debe tributar en la exportación de servicios.
- Finalmente, en el subtema “beneficios tributarios” se dará a conocer la ley de fomento a la exportación de servicios y el turismo y conocerá sobre el saldo a favor del exportador.

### Introducción

En los últimos diez años, la exportación de servicios peruanos ha tenido un crecimiento sostenido que pasó de US\$4,364 millones en 2011 a los US\$7,604 en 2019. La crisis producida por el Covid-19 de 2020 golpeó fuertemente al sector, pero la reapertura comercial a nivel mundial, así como las adaptaciones tecnológicas han permitido que esta cifra empiece a recuperarse en 2021.

Entre los años 2015 y 2019 el mercado internacional ha aumentado la demanda de servicios peruanos, que ha permitido un importante incremento.

En el 2019 las exportaciones de servicio mundial fueron de \$6.01 billones. Al mismo tiempo, por sus costes diferenciales, América Latina se perfila positivamente con alto potencial para el crecimiento de servicios. Perú creció un 4% en 15 años, una cifra cercana al porcentaje de crecimiento promedio en la región que fue de 5.8%, según A.T. Kearney.

Para el 2019, las exportaciones peruanas de servicios consiguieron US\$ 8000 millones en ingresos, logro alcanzado gracias al impulso que el Programa de Promoción de Exportación de Servicios les ha dado a las empresas exportadoras.

Cada vez más, los proveedores nacionales de servicios son reconocidos internacionalmente como piezas clave en soluciones empresariales especializadas, competitivas, innovadoras y orientadas a las necesidades de sus clientes.

Durante el año 2020, sin embargo, las exportaciones de servicios sufrieron un fuerte impacto negativo, debido a las restricciones por la pandemia del Covid-19, principalmente por la caída de los sectores Turismo y Transportes y en menor medida Comunicaciones y otros servicios empresariales.

Aquel año, las exportaciones de servicio mundial fueron de \$4.9 billones. Los servicios de transporte y de viajes presentaron las mayores caídas ya que sufrieron directamente los efectos de las medidas de contención encaminadas a limitar la propagación de la COVID-19, muchas de las cuales siguen aplicándose o se han endurecido ante el rebrote de la enfermedad. Entre tanto, los otros servicios comerciales (que incluyen los servicios financieros y los relacionados con la informática) solo disminuyeron en 2%. Por último, los servicios relacionados con bienes disminuyeron un 13%. Las exportaciones peruanas por su parte alcanzaron los \$3,368 millones como consecuencia de la pandemia por COVID 19.

### 1. Definición y modalidades

Hasta no hace muchos años, la única vía para el desarrollo consistía en industrializar a los países. Sin embargo, hoy vemos que el PIB en los países desarrollados está compuesto en dos terceras partes de servicios. En Latinoamérica todavía no se llega a esas cifras (aunque se ha superado el 50%), pero estamos en ese camino de inclusión. Sucede que los servicios, al concentrar a la mayoría de la Población Económicamente Activa PEA, no solo de los países en desarrollo sino también en los de nuestra región, se convierte en un sector inclusivo.

Un sector muy interesante en la economía latinoamericana es el exportador, que muestra un importante dinamismo y ha alcanzado récords en exportaciones en el 2018, alcanzando los 5,845 millones de dólares (7% del PIB global). En 2020, aunque la pandemia del Covid-19 impactó en el sector, también ha conseguido dinamizarlo.

La teoría económica de hace unos años sostenía que los servicios no eran transables, pues se volvía muy difícil o imposible exportar servicios. Sin embargo, la economía digital ha logrado crear un sector que es transable, generando un verdadero boom de estos servicios en los últimos 20 años. Algunos ejemplos son el software, la contabilidad, los servicios legales, la publicidad, la investigación de mercado, el diseño, el servicio postventa, la investigación y el desarrollo, la gestión de recursos humanos, entre otros.

A pesar de lo anterior, la exportación de servicios no está siendo bien rastreada en Latinoamérica, lo que lleva a depreciar su aporte. Esto es especialmente crítico en el Perú, donde muchos se escapan de las mediciones de impuestos o donde gran cantidad de empresas no saben que realmente exportan servicios, ya que no lo consideran como valor agregado. Así, existe un gran margen de crecimiento.

Los servicios participan en toda la cadena de valor, y el 80% del comercio mundial se realiza entre cadenas de valor. La participación de los servicios en el comercio mundial es altísima. Esto responde a que las cadenas se han globalizado gracias a los servicios de transporte, comunicación y las tecnologías de información. Este es el motor esencial que permite las cadenas de valor.

Son las empresas de servicios las que participan con mayor peso económico en la cadena de valor y se concentran al principio (innovación, diseño, desarrollo de ideas, prototipos y patentes) y al final (distribución, ventas, postproducción). De esta manera, está comprobado que es en los extremos de la cadena donde existe un gran potencial para agregar valor en servicios.

### 1.1. Exportación de servicios

La exportación es un término que se refiere a la salida de mercancías o servicios con destino al exterior, con la finalidad de ser consumidos fuera del país.

La exportación de mercancías significa, la comercialización de bienes de libre circulación para su uso o consumo en el extranjero.

La exportación de servicios, es el suministro de un servicio para ser consumido por un extranjero, ya sea en el exterior o en el país de donde proviene el servicio.

Según la información proporcionada por el INEI, en el Perú existen cerca de 610.858 empresas de servicios. Por su parte, el Departamento de Exportación de Servicios de PROMPERU ha señalado que existen 220.000 empresas que prestan servicios empresariales, de las cuales 2.000 exportan. Se destaca la importancia del sector de servicios, estimando que representa el 45% del producto interno bruto (PIB), al tiempo que emplea a un 31% de la población económicamente activa (PEA).

PROMPERU ha identificado la siguiente oferta exportable de servicios en Perú:

- Animación digital
- Software
- Ingeniería
- Diseño y comunicaciones
- Franquicias
- Servicios transversales



#### Amigo exportador:

El impacto del Covid-19 en el turismo mundial y específicamente en el Perú es grande y se requiere de una política pública de mediano y largo plazo como respuesta.

### Animación digital

Fortaleza del sector	Valor agregado	Sus principales clientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perú es el país que más películas en 3 D ha producido y exhibido en salas en LATAM.</li> <li>• Experiencia exportadora (Estados Unidos, Canadá, India, España, Rusia, Brasil, Chile).</li> <li>• Adaptabilidad, flexibilidad y servicio orientado al cliente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En el proceso de investigación para convertir una idea en una propuesta comercial (arte conceptual).</li> <li>• En el proceso creativo del diseño de un guión.</li> <li>• En el proceso creativo de diseño de los personajes y escenarios.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sector servicios.</li> <li>• Sector retail.</li> <li>• Sector banca.</li> <li>• Sector salud.</li> <li>• Sector educación.</li> <li>• Sector construcción.</li> <li>• Sector telecomunicaciones.</li> </ul>

### Software

Fortaleza del sector	Valor agregado	Sus principales clientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sector con más de 20 años de experiencia en el desarrollo de soluciones especializadas a diversos sectores productivos.</li> <li>• Empresas con certificaciones internacionales, como ISO y CMMI.</li> <li>• Soluciones integrando tecnología cloud computing, inteligencia artificial, automatización y blockchain.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Soluciones especializadas para distintas industrias.</li> <li>• Diseño de soluciones según necesidades del cliente.</li> <li>• Capacidad de integración con otros sistemas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Banca.</li> <li>• Consumo masivo.</li> <li>• Educación.</li> <li>• Gobierno.</li> <li>• Industria.</li> <li>• Telecomunicaciones.</li> <li>• Turismo.</li> </ul>

### Ingeniería Infraestructura

Fortaleza del sector	Valor agregado	Sus principales mercados de interés
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Los servicios ofrecidos por el sector están, principalmente, dirigidos a Supervisión de Obras para Transporte (carreteras y puentes), edificaciones (supervisión de Ejecución de Obras) Saneamiento, minería, Energía (centrales y líneas de transmisión) y Ambiental (elaboración de estudios de impacto ambiental).</li> <li>• Sector con más de 60 Años de experiencia en la supervisión de obras.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Know how para el desarrollo y supervisión de proyectos en distintos entornos y características ambientales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• México.</li> <li>• Ecuador.</li> <li>• Colombia.</li> <li>• Bolivia.</li> <li>• Brasil.</li> <li>• Guatemala.</li> <li>• Nicaragua.</li> </ul>

### Ingeniería minería

Fortaleza del sector	Valor agregado	Canales de comercialización
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Operadores altamente calificados, con experiencia para trabajar en condiciones adversas ( altitud, tipos de rocas, etc.</li> <li>• Experiencia en operaciones mineras subterráneas y de tajo abierto así como minería polimetálica.</li> <li>• Empresas con certificaciones internacionales ISO 9001 14001 2600 y OSHAS 18001.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Especialización en las etapas iniciales de la actividad minera.</li> <li>• Experiencia en la explotación de minerales metálicos y no metálicos.</li> <li>• Técnicas únicas en las operaciones mineras debido al legado minero.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratación directa del sector privado.</li> <li>• A través de contratistas mineros.</li> </ul>

### Diseño y comunicaciones Marketing digital

Fortaleza del sector	Valor agregado	Sus principales clientes
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Disponibilidad de talento humano 30 a 50 profesionales in house en promedio.</li> <li>• Uso de metodologías ágiles que permiten rápida respuesta y flexibilidad.</li> <li>• Experiencia exportadora y con grandes clientes multinacionales 30 cuenta con oficinas comerciales en la región ( Estados Unidos, Chile y Colombia).</li> <li>• Certificaciones Google Google Tag Manager Partner, Google Analytics Certifies Partner, Google Analytics Authorized Reseler y Google Partner).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de estrategia digital.</li> <li>• Proceso creativo de piezas gráficas (contenido + diseño).</li> <li>• Análisis de grandes volúmenes de información.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Industria (energía, telecomunicaciones, transporte, manufactura).</li> <li>• Consumo masivo.</li> <li>• Inmobiliario.</li> <li>• Banca.</li> <li>• Retail.</li> </ul>

### Diseño y comunicaciones Branding

Fortaleza del sector	Valor agregado	Características de la oferta.
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Flexibilidad creativa de las empresas peruanas.</li> <li>• La riqueza cultural del Perú permite generar contenido de alto valor.</li> <li>• Empresas especializadas en el diseño de branding, editorial y packaging.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación de mercado para la creación de la identidad de una marca o de un producto.</li> <li>• Proceso de creación de una marca y las piezas gráficas (contenido diseño).</li> <li>• Proceso de creación de un empaque (material, diseño, entre otros).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de Branding: Comprende la construcción, diseño y definición de una marca y elementos de identidad corporativa y visual Perfil del cliente Empresas de servicios y retail.</li> <li>• Diseño editorial y packing: Rama que se encarga de la maquetación y composición de todo tipo de publicaciones y en la creación de empaques y envases para productos terminados Perfil del cliente Editoriales, empresas de servicios, consumo masivo y retail.</li> </ul>

### Franquicias

Fortaleza del sector	Valor agregado	Sus principales sectores de interés
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sector joven (20 años) que ofrece negocios rentables y accesibles para el emprendimiento.</li> <li>• 50 de ellas tienen una recuperación en el segundo año.</li> <li>• Modelo con formato de baja inversión y rentables.</li> <li>• Conceptos innovadores y diseños exclusivos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Know how y modelo de negocio rentable.</li> <li>• Estandarización de procesos productos y servicios.</li> <li>• Soporte y procesos patentados.</li> <li>• Marcas consolidadas.</li> <li>• Replicados en múltiples mercados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gastronomía.</li> <li>• Moda.</li> <li>• Servicios especializados.</li> <li>• Salud y estética.</li> <li>• Educación.</li> <li>• Entretenimiento.</li> <li>• Artesanía, joyería y regalos.</li> <li>• Inmobiliaria.</li> </ul>

### Servicios transversales BPO & Centros de cobranza

Fortaleza del sector	Valor agregado	Principales BPO ofrecidos:
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Huso horario y acento neutro permite operaciones en zonas horarias internacionales.</li> <li>• Certificaciones de calidad (ISO 4 9001 2008 y COPC 5).</li> <li>• Diferenciación de costos.</li> <li>• Servicios y recursos humanos especializados.</li> <li>• Oferta flexible a la demanda internacional.</li> <li>• 87 de las empresas ofrecen servicios canales digitales teléfono, IVR, correo electrónico, SMS, social media y chat.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Experiencia utilizando la omnicanalidad para brindar servicios.</li> <li>• Especialización en la gestión de cobranzas apoyadas con soluciones tecnológicas brindan un estándar internacional a las operaciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Telemarketing.</li> <li>• Mesa de ayuda.</li> <li>• Fidelización.</li> <li>• Back Office.</li> <li>• Telecobranzas.</li> </ul>

### Servicios transversales Sector Fintech

Fortaleza del sector	Valor agregado	Canales de comercialización
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Profesionales experimentados en servicios financieros.</li> <li>• Desarrolladas en uno de los mercados más prometedores, fuertes y dinámicos en tecnología financiera.</li> <li>• Alta tasa de crecimiento En el 2018 alcanzó 256%</li> <li>• Uso de tecnologías blockchain, Inteligencia Artificial y big data en el desarrollo de sus soluciones.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo de productos adecuados a necesidad de clientes.</li> <li>• Permite atender en el Perú distintos clientes que buscan acceder a servicios financieros, apoyando especialmente a los no bancarizados.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Canales digitales plataformas web y dispositivos móviles.</li> <li>• Implantación en el mercado de destino.</li> </ul>

### Servicios transversales Sector editorial

Fortaleza del sector	Valor agregado	Características de la oferta editorial
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Producción editorial 7 118 títulos 2019 lo que nos convierte en el 4 to país, después de México, Argentina y Colombia.</li> <li>• La Feria Internacional del Libro de Lima es la 4 ta feria más importante de la región.</li> <li>• Sector cuenta con Institucionalidad Cámara Peruana de Libros, Red de Editores Universitarios y Editores Independientes del Perú.</li> <li>• Grandes escritores reconocidos y Premio Nobel.</li> <li>• Sector cuenta con la Marca "Perú Publica"</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proceso de creación de contenido para distintos fines (Propiedad Intelectual).</li> <li>• Diseño Editorial ( imágenes, composición).</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Libros científicos, técnicos y profesionales. Perfil del cliente: librerías y fondos universitarios.</li> <li>• Libros de interés general. Perfil del cliente: librerías.</li> <li>• Libros didácticos. Perfil del cliente: sector público (licitaciones), centros educativos y librerías.</li> </ul>



#### ¿Quiénes pueden exportar servicios en Perú?

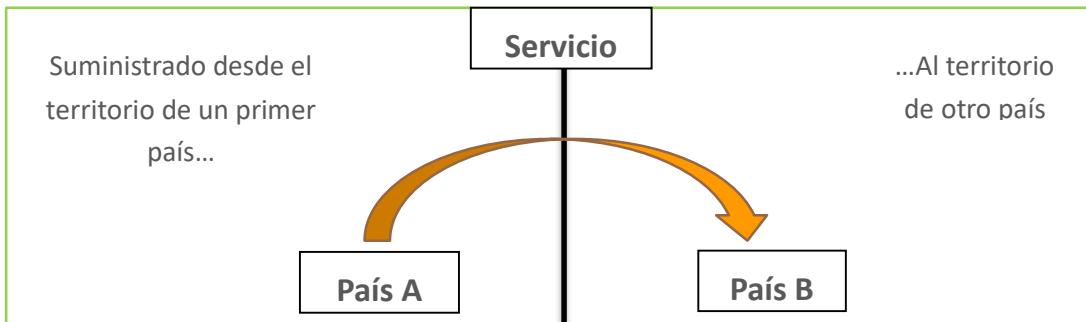
En Perú pueden exportar las personas naturales (con negocio o sin negocio) y también las personas jurídicas.

## 1.2. Modalidades de exportación de servicios

### Modalidad 1: Comercio transfronterizo

La primera modalidad de exportación de servicios es cuando el servicio se suministra o provee desde el territorio de un miembro de un acuerdo comercial (territorio nacional) al territorio del otro país.

Se tratan de servicios suministrados de un país a otro, por ejemplo, conferencias telefónicas internacionales.

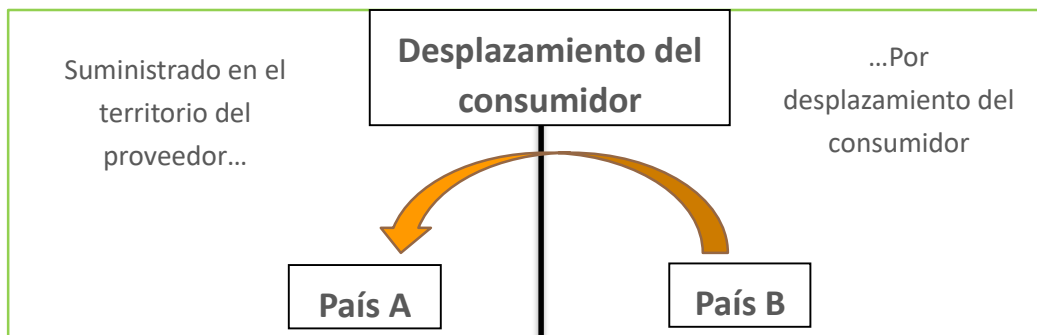


Por ejemplo:

Media Design S.A.C. es una empresa peruana que ha diseñado un programa informático de acuerdo a las especificaciones de su comprador, una empresa constituida en Estados Unidos. Una vez que culmina el encargo lo envía vía internet. No implica movimiento físico de ninguna de las partes.

### Modalidad 2: Consumo en el extranjero

En esta modalidad, el consumidor del servicio se desplaza y lo adquiere en el territorio del proveedor. Por ejemplo, servicios de salud, turismo, reparación de naves y aeronaves, entre otros.

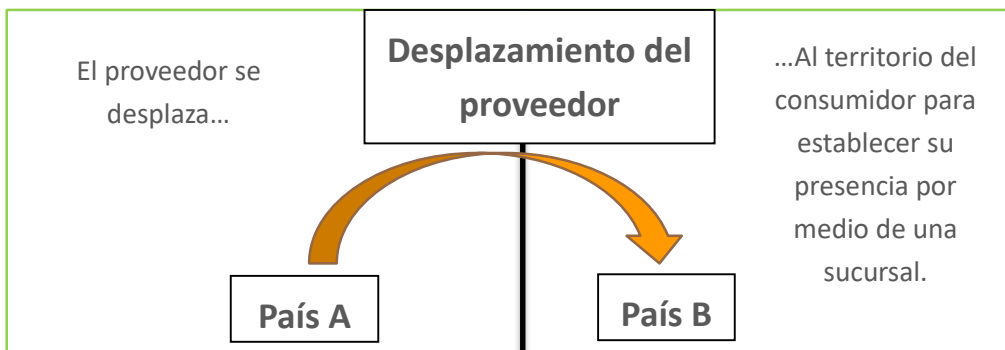


Por ejemplo:

Juan es chileno y vive en Arica. Él decide viajar a Tacna para atenderse con un dentista debido a que el precio en Perú es mucho más bajo que en Arica u otra parte de Chile.

### Modalidad 3: Presencia comercial

Esta modalidad se da cuando el proveedor domiciliado en territorio nacional establece una sucursal o establecimiento permanente en el territorio de otro país para suministrar o proveer un servicio. Son empresas extranjeras que establecen filiales o sucursales para suministrar servicios en otro país (por ejemplo, bancos extranjeros que se establecen en un país para desarrollar operaciones en él).



Por ejemplo:

Catering Ana es una empresa muy exitosa en Perú y debido a numerosos encargos en Colombia, ha decidido operar en dicho país a través de la apertura de una sucursal.

### Modalidad 4: Presencia de personas físicas

Consiste en el desplazamiento de personas domiciliadas en el territorio nacional a otro país para suministrar o proveer un servicio. Por ejemplo, servicios profesionales de contadores, médicos, profesores, ingenieros, consultores, entre otro. Se trata de particulares que se desplazan de su país para suministrar servicios en otro país. Oficialmente "presencia de personas físicas".

Por ejemplo:

Pedro es peruano y cirujano plástico, debido a que tiene una clienta extranjera muy importante que no puede viajar a Perú, él viaja a Colombia a realizar el procedimiento quirúrgico.

### 1.3. Acuerdos comerciales

Un acuerdo comercial es un pacto o una negociación entre dos o más países con el objetivo de armonizar intereses en materia de comercio e incrementar los intercambios de mercancías, personas, capitales y/o servicios entre las partes firmantes.

Existen acuerdos comerciales firmados por el Perú, con distintos países, que establecen reglas para agilizar el intercambio comercial, ofreciendo un marco de seguridad jurídica y, sobre todo, disminuyendo los costos operativos de las importaciones y exportaciones, y esto incluye también, la exportación de servicios.

Los acuerdos comerciales forman parte de una estrategia comercial de largo plazo que busca consolidar mercados para los productos y servicios peruanos con el fin de desarrollar una oferta exportable competitiva, que a su vez genere más y mejores empleos.

Las medidas establecidas en los acuerdos comerciales son:

**Acceso a mercado:** Ningún país miembro podrá imponer medidas restrictivas como limitar el número de proveedores extranjeros, limitar la cantidad de servicios u otras restricciones que impida al proveedor suministrar o proveer el servicio.

**Tranferencias y pagos:** Los acuerdos comerciales establecen mejores condiciones en las transferencias y pagos. Los países miembros se comprometen a que las transferencias se efectúen sin restricciones y en moneda de libre circulación, al tipo de cambio vigente, evitando así, retrasos u obstrucciones con los pagos y transferencias de dinero por los servicios prestados.

### Ventajas de los acuerdos comerciales

Entre los principales beneficios de estos convenios, podemos decir que:

Ayudan a incrementar la inversión extranjera, propiciando estabilidad en el tiempo a los inversionistas

Contribuyen a competir en igualdad de condiciones con otros países

La apertura comercial genera una mayor integración a la economía mundial, reduciendo, por ejemplo, el costo de financiamiento de la actividad privada en general

## 2. ¿Cómo tributar?

### 2.1. ¿Cómo se debe tributar en la exportación de servicios?

Existen reglamentaciones y convenios internacionales sobre la tributación para los exportadores de servicios.

#### Ley del Impuesto a la renta

Según la Ley del Impuesto a la Renta, cuando exportamos servicios, tributamos por las rentas que obtengamos en el país y en el extranjero. Sin embargo, podemos usar el Impuesto a la Renta pagado en el extranjero como crédito para pagar el Impuesto a la Renta en el Perú.

Para ello se debe de efectuar la "aplicación de los convenios para evitar la doble imposición tributaria" (CDI).

El Perú ha suscrito el CDI por las siguientes razones:

¿Para qué se firman los CDI?	Funciones	Ventajas para el exportador	Ventajas para el país
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para renunciar a gravar algunas ganancias.</li> <li>• Para que solo exista un impuesto a cobrar por un Estado o de manera compartida entre ellos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atenuar o prevenir la doble imposición.</li> <li>• Intercambiar información entre países.</li> <li>• Prevenir la evasión fiscal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Brinda seguridad y certeza.</li> <li>• Elimina la doble imposición de impuestos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atrae inversiones.</li> <li>• Fortalece la fiscalización tributaria.</li> </ul>

Para hacer uso del crédito fiscal se necesita:

- La constancia de pago del Impuesto a la Renta en el extranjero.
- Contar con un certificado de retención, constancia de transferencia o pago del servicio.

Según las últimas normativas las rentas que se pueden gravar son las siguientes:

- Beneficios empresariales.
- Dividendos.
- Intereses.
- Regalías.



**Amigo empresario, recuerde que:**

- La tasa media no debe exceder a la tasa del impuesto a la renta en Perú.
- El crédito podrá ser utilizado únicamente en el año fiscal correspondiente.

### 3. Beneficios tributarios

El gobierno peruano apoya el desarrollo de las exportaciones de servicios, como parte de una estrategia de crecimiento económico.

#### 3.1. Ley de fomento de las exportaciones y el turismo

En la actualidad contamos con la Ley de Fomento a la Exportación de Servicios y el Turismo, que tiene como finalidad, el desarrollo de exportaciones de servicios cada vez más competentes, neutralidad en el pago de impuestos, así como velar por que se apliquen adecuadamente las normativas y no existan distorsiones.

¿Qué condiciones existen para que los empresarios se acojan a esta ley?

Que el cliente sea extranjero y emita un comprobante de pago

Que la empresa exportadora esté domiciliada en Perú

Que el cliente esté domiciliado fuera de Perú

Que el servicio que brinde sea aprovechado fuera del país



**Amigo empresario, tenga presente que:**

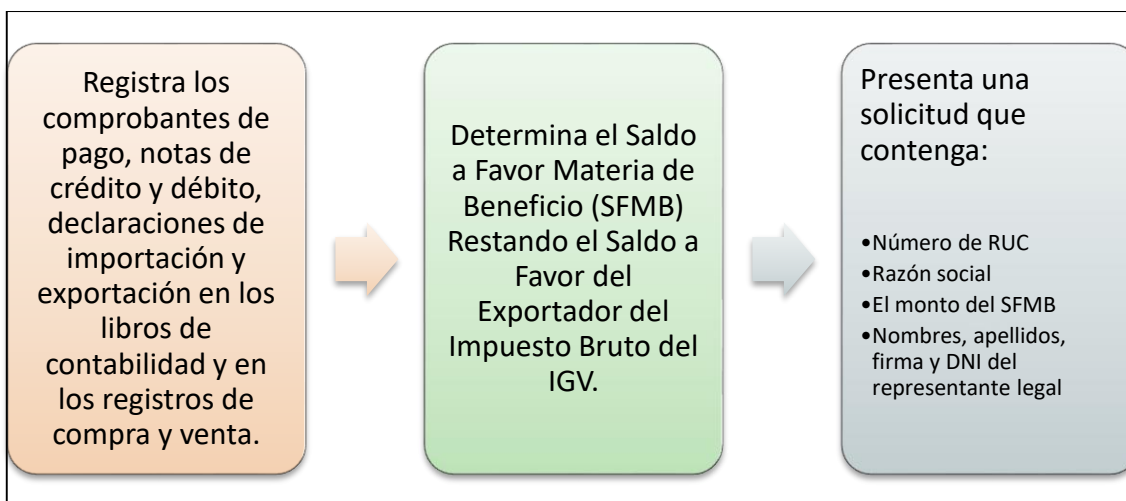
- Debe registrarse como exportador de servicios a través del portal de SUNAT. [www.sunat.gob.pe](http://www.sunat.gob.pe)
- La inscripción permite un tipo de servicio. Si exporta más de uno, registre el que genere mayores ingresos.

### 3.2. Saldo a favor del exportador

Otro beneficio al cual puedes acceder, es el Saldo a favor del exportador. Eso significa que cuando exportas, podrás recuperar el IGV de todos los costos realizados para exportar el servicio, por ejemplo:

- Bienes y servicios adquiridos.
- Contratos de construcción.
- Pólizas de importación.

Para eso, se debe calcular el Saldo a Favor del Exportador (SFE):



El saldo a favor puede ser utilizado para:

- Para compensar automáticamente tu deuda tributaria por pagos a cuenta y de regularización del impuesto a la renta.
- Para compensar cualquier otra deuda tributaria, como el Impuesto Temporal a los Activos Netos, Impuesto Selectivo al Consumo, Impuesto a las Transacciones Financieras, fraccionamientos, entre otros.
- Solo si no puedes usar tu Saldo a Favor Materia del Beneficio en los casos anteriores, podrás solicitar su devolución mediante cheque no negociable o nota de crédito endosables.

### Referencias bibliográficas

**CEPAL (2020) Gobernanza y desempeño exportador de los servicios modernos de América Latina y la India.**

<https://www.cepal.org/es/publicaciones/45243-gobernanza-desempeno-exportador-servicios-modernos-america-latina-la-india>

**COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO (PROMPERÚ) (2020)** Foro internacional virtual de exportación de servicios. Perú: PROMPERÚ

(<https://repositorio.promperu.gob.pe/items/e80fe57f-d89c-41bd-b43a-21d51d3b0c6e>)

**COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO (PROMPERÚ) (2021)**

Beneficios tributarios para la exportación de servicios (<https://recursos.exportemos.pe/tratado-libre-comercio-tlc.pdf>)

**COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO (PROMPERÚ) (2021)**

Exportación de servicios (<https://exportemos.pe/emprendedor-servicios>)

**COMISIÓN DE PROMOCIÓN DEL PERÚ PARA LA EXPORTACIÓN Y EL TURISMO (PROMPERÚ) (2021)** Oferta peruana de servicios. Perú: PROMPERÚ

(<https://repositorio.promperu.gob.pe/server/api/core/bitstreams/26ef72ff-560c-4052-8255-b41c12cf58e5/content>)

**EZETA CARPIO, SERGIO (2018)** Tratamiento de la exportación de servicios en el Impuesto General a las Ventas: evolución y régimen actual. (<https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6754598>)

**MINISTERIO DE COMERCIO EXTERIOR Y TURISMO (MINCETUR) (2015).** Plan Estratégico Nacional

Exportador: PENX 2025. Perú: MINCETUR (<https://repositorio.promperu.gob.pe/items/8a0745c6-d3e5-447a-9eb4-48e9457071df>)


### Sobre PROMPERÚ

La Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo-PROMPERÚ tiene como objetivo posicionar al Perú en el mundo a través de la promoción de su imagen, sus destinos turísticos y sus productos de exportación con valor agregado, contribuyendo al desarrollo sostenible y descentralizado del país.


En el campo de las exportaciones PROMPERÚ ofrece una amplia gama de servicios que promueven la internacionalización de las empresas peruanas:


- Orientación e información: servicios de orientación personalizada e información especializada sobre exportaciones e internacionalización empresarial.
- Capacitación: la más variada oferta de talleres y seminarios sobre comercio internacional que le permitirán fortalecer y ampliar sus conocimientos para exportar.
- Asistencia empresarial: asistencia técnica especializada y herramientas de adaptación del producto, gestión empresarial, facilitación y calidad que le permitirán dar el gran salto hacia la exportación de sus productos y servicios.
- Promoción: herramientas de promoción y contacto con compradores internacionales que permitirán ampliar su cartera de clientes con una mayor exposición de sus productos.

### Contáctanos


 Plataforma de atención al exportador  
[Av. Jorge Basadre 610 - San Isidro - Lima – Perú](#)

---

 WhatsApp: (+51) [990 060 194](tel:+51990060194)

 Aló Exportador: (+51) [604-5601](tel:+516045601) | [604-5602](tel:+516045602)

 Correo electrónico: [exportaciones@promperu.gob.pe](mailto:exportaciones@promperu.gob.pe)

 TelExportemos: solicita una cita virtual en <https://bit.ly/3rtjSQh>

---

 <https://www.facebook.com/promperu>

 <https://www.youtube.com/@promperu>

 <https://twitter.com/Promperu>

[www.promperu.gob.pe](http://www.promperu.gob.pe)

