

Exportación de Servicios

Dr. Javier Gustavo Oyarse Cruz

magoyarse@gmail.com

Seminario Miércoles del Exportador - PromPerú

28 de Febrero del 2018

Lima, Perú

Contenido

- Los servicios en el comercio mundial
- Marco regulatorio del comercio de servicios
- Programa de promoción de exportación de servicios
- Modalidades del comercio de servicios
- Estrategias para la exportación de servicios
- Ley 30641, Ley que fomenta la exportación de servicios y el turismo
- Perú Service Summit 2017

Los servicios en el comercio mundial



Sector de rápido crecimiento en la economía mundial, representa dos tercios de la producción mundial, un tercio del empleo mundial y cerca del 20% del comercio mundial.

Los servicios de arquitectura a telecomunicaciones por correo vocal y transporte espacial, son los más dinámicos para los PD y PED.

Los servicios son importantes dada su condición de insumo esencial en la producción de las mercancías.

Fuente: OMC (2015)

¿Qué es exportar Servicios?

- El Perú cuenta con capital humano talentoso y capaz de generar servicios competitivos para el mercado internacional, como son los casos de software, consultoría empresarial, salud, consultoría e ingeniería, franquicias, servicios logísticos, entre otros.
- La Exportación de Servicios es el suministro de un servicio brindado por un residente hacia otro no residente.
- No fue sino hasta los años 90, cuando el desarrollo tecnológico impulsa el proceso de globalización de las economías mundiales, que el sector servicios se convierte en el más dinámico y empieza a tomarse en cuenta a las exportaciones de servicios.

Características de la Exportación de Servicios.

- Los Servicios se caracterizan por ser intangibles, altamente competitivos por su naturaleza, intensivos en el uso del recurso humano y de alto valor agregado.

“Los Servicios son una nueva y mejor fuente de Ingreso por que generan mayor valor agregado”



Marco regulatorio del comercio de servicios

Dr. Javier Gustavo Oyarse Cruz
magoyarse@gmail.com

Marco Regulatorio

- **El Acuerdo General del Comercio de Servicios (AGCS)** establece un marco multilateral de principios y normas encaminadas a la apertura progresiva del comercio de servicios para facilitar la expansión de dicho comercio y contribuir al desarrollo económico de todo el mundo. Asimismo, los miembros de la **Organización Mundial del Comercio (OMC)**, y en particular los países en desarrollo, seguirán teniendo que reglamentar el suministro de servicios a fin de realizar los objetivos de su política nacional. Finalmente este acuerdo busca ayudar a los países en desarrollo a participar más plenamente en el comercio mundial del sector, mediante el fortalecimiento de sus capacidades nacionales en materia de servicios y de su eficacia.

Países miembros

Todos los Miembros de la OMC han asumido compromisos específicos en sectores determinados.

Servicios abarcados

El AGCS es aplicable a todo tipo de servicios, salvo:

Servicios suministrados en ejercicio de facultades gubernamentales

Se trata de servicios que no se suministran en condiciones comerciales ni en competencia con otros proveedores. Pueden citarse como ejemplos los sistemas de seguridad social y cualquier otro servicio público, como la sanidad o la educación, que no se preste en condiciones de mercado.

Anexo sobre Servicios de Transporte Aéreo

Establece que el Acuerdo no es aplicable a las medidas que afectan a los derechos de tráfico aéreo ni a los servicios directamente relacionados con los mismos.

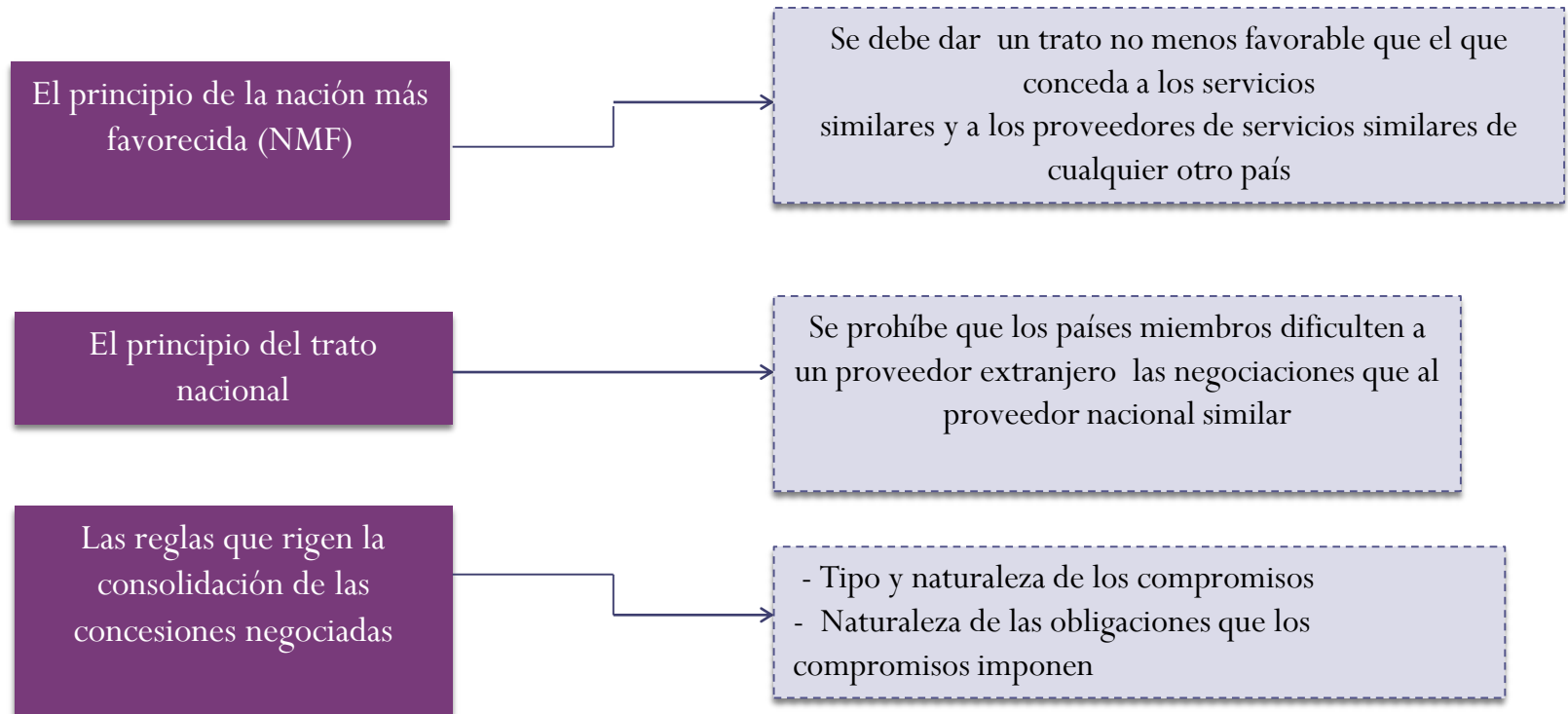
Ventajas de la liberalización de Servicios

- **Eficacia Económica:** infraestructura eficaz es requisito sine qua non para la prosperidad económica.
- **Desarrollo:** elemento clave para el desarrollo PED.
- Ahorro de los consumidores: reduce los precios, mejora la calidad y amplia posibilidad de elección.
- **Una innovación más rápida:** tanto de productos como de procesos.
- **Transparencia y previsibilidad:** listas de compromisos – garantía jurídicamente vinculante.
- **Transferencia de tecnología:** estimula la IED.



Fuente: OMC (20004). AGCS Realidad y Ficción.

Principios



Marco Regulatorio

- **La Decisión 439**, es el marco general que establece un conjunto de principios y normas para la liberalización progresiva del comercio intrasubregional andino de servicios, a fin de alcanzar la creación del Mercado Común Andino de Servicios, mediante la eliminación de las medidas restrictivas al interior de la Comunidad Andina de Naciones. De esta manera, los países miembros deben estimular el fortalecimiento y diversificación de los servicios andinos armonizando las políticas nacionales sectoriales en aquellos aspectos que así lo requieran.

Marco Regulatorio

- **La Decisión 510** es la que orienta a adoptar, de conformidad con lo establecido en la Decisión 439, el Inventario de Medidas restrictivas o contrarias a los principios de Acceso a Mercado y/o Trato Nacional que los Países Miembros mantienen sobre el comercio de servicios.

Programa de promoción de exportación de servicios

Dr. Javier Gustavo Oyarse Cruz
magoyarse@gmail.com

Programa de Promoción de Exportación de Servicios

Principales Beneficios del Programa

- **Integración:** Integrarse a un conjunto acciones encaminadas a desarrollar los mercados internacionales, mediante la organización y participación en misiones empresariales, prospecciones de mercados, agenda de compradores, entre otros.
- **Promoción:** Promover su oferta exportable de servicios, a través de diferentes mecanismos, dentro de ellos El Catálogo de Oferta Exportable de Servicios que estará presente en más de 300 mercados internacionales y que a su vez será promovido a través del portal virtual institucional de PROMPEX.

Principales Beneficios del Programa

- **Capacitación:** Participar en los programas de capacitación y fortalecimiento de la gestión empresarial.
- **Asistencia Técnica:** Participar en programas que promuevan el aseguramiento de la calidad con la asistencia de la cooperación técnica internacional.
- **Institucionalidad:** Apoyar las iniciativas de asociatividad que permitan generar la institucionalidad del sector exportador de servicios.
- **Información comercial:** Contar con información comercial, a través del módulo de servicios de la web de PROMPEX donde encontrará documentos relacionados a las exportaciones de servicios.

Modalidades del comercio de servicios

Dr. Javier Gustavo Oyarse Cruz
magoyarse@gmail.com

De acuerdo con la OMC y la CAN existen cuatro modalidades de comercio de servicios

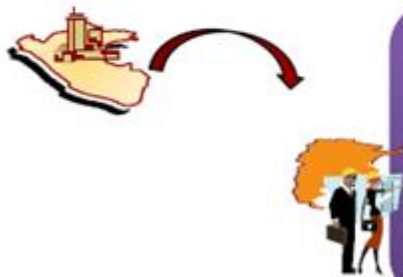


Modo 1 - Comercio Transfronterizo: Servicio que se presta desde el territorio del proveedor hacia el territorio del consumidor

Ejemplo: el suministro de un servicio a través de un medio físico, tales como software, disquetes de ordenadores, etc.

Modo 2 – Consumo en el extranjero: Cuando el consumidor del servicio se desplaza y lo adquiere en el territorio del proveedor

Ejemplo: servicios de salud



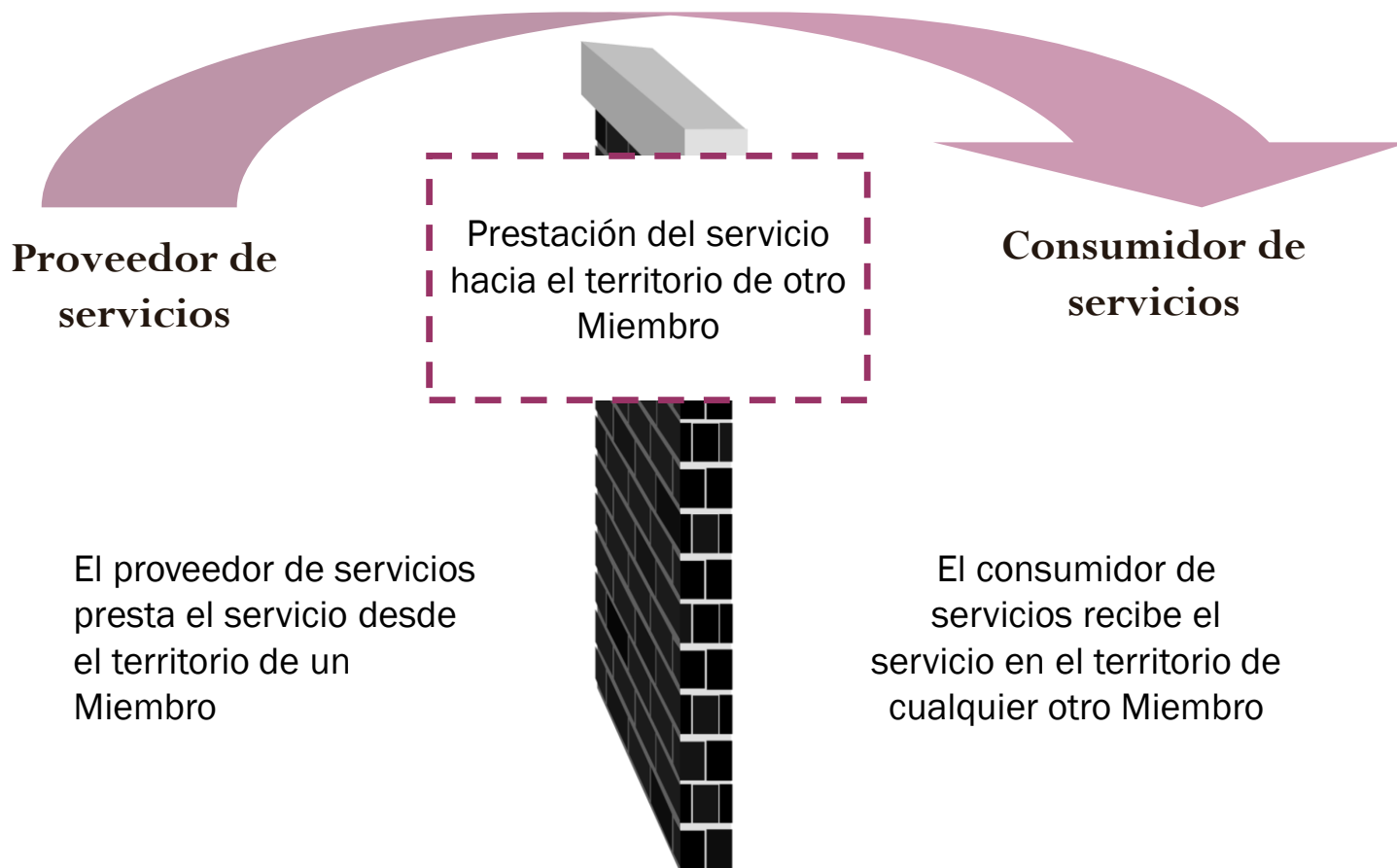
Modo 3 - Presencia Comercial: Cuando el proveedor del servicio establece una sucursal o establecimiento permanente en el territorio de otro país para prestar un servicio

Modo 4 - Presencia de personas físicas: Desplazamiento de personas de un país a otro para prestar un servicio.

Ejemplo: servicios profesionales de contadores, médicos, profesores, consultores, entre otros

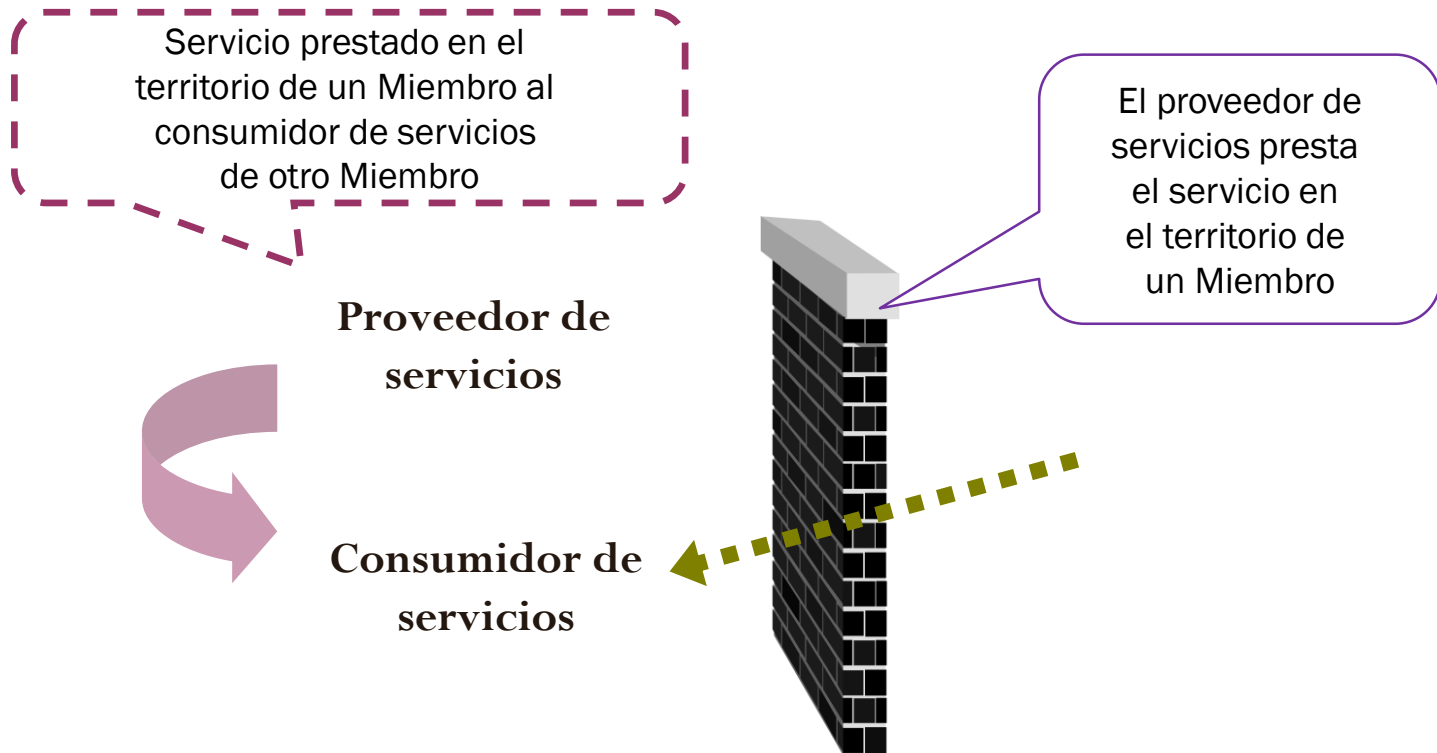


Modo 1: Comercio Transfronterizo



Fuente: OMC (2004). Curso introductorio de la OMC.

Modo 2: Consumo en el extranjero

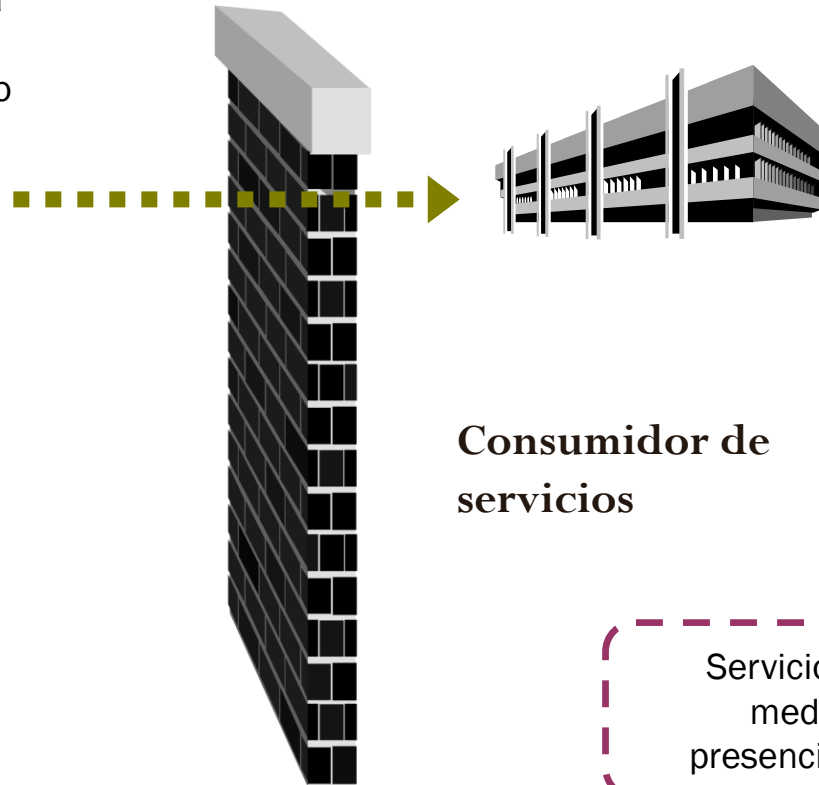


Fuente: OMC (2004). Curso introductorio de la OMC.

Modo 3: Presencia comercial

El proveedor de servicios establece una presencia comercial en el territorio de otro Miembro

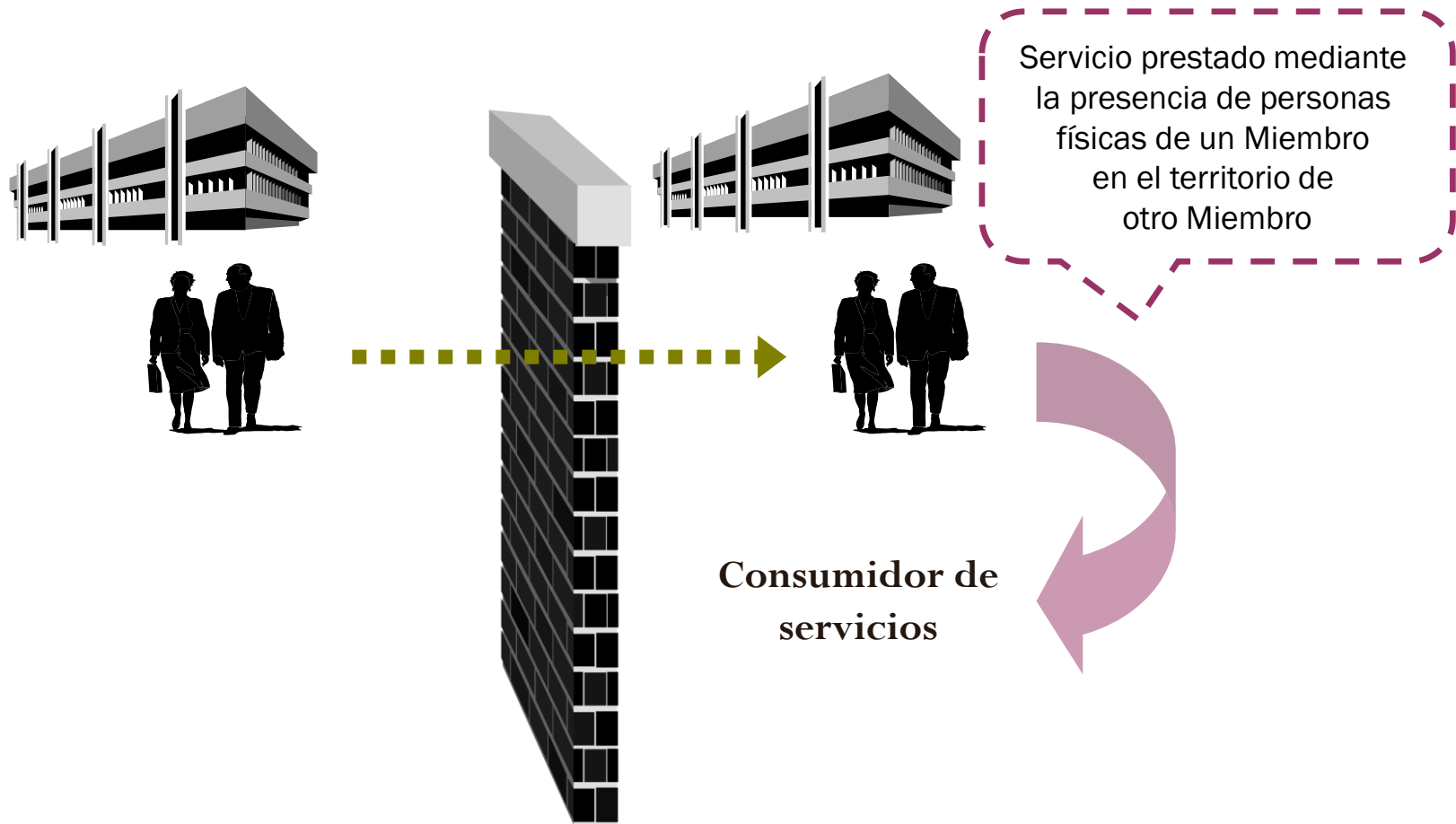
Proveedor de servicios



Consumidor de servicios

Servicio prestado mediante la presencia comercial

Modo 4: Presencia de personas físicas



Fuente: OMC (2004). Curso introductorio de la OMC.

Estrategias para la exportación de Servicios

Dr. Javier Gustavo Oyarse Cruz
magoyarse@gmail.com

El Perú cuenta con una variedad de oferta potencial de servicios exportables:

- Creación de Software
- Consultoría y Asistencia Técnica
- Mantenimiento y Reparación de Naves y Aeronaves
- Call y Contact Centers
- BPO – Apoyo Empresarial brindado por Empresas de Servicios Compartidos
- Salud
- Ingeniería y otros Servicios Profesionales
- Servicios Culturales y de Entretenimiento
- Educación
- Transporte de Carga y Pasajeros

Estrategias para la exportación de servicios

- Los servicios son una masa, en extremo heterogénea de actividades, que, normalmente se consumen en el momento en que se producen, y cuyo valor se encuentra principalmente en el componente intangible del producto ofrecido al consumidor
- Un servicio neto puede convertirse en el tiempo en un bien neto. Ej. Un concierto en vivo convertido en un CD o DVD.

Estrategias para la exportación de servicios

La estrategia se inicia por identificar los componentes primarios deseados por el consumidor en el servicio.

- Minoristas
- Salud
- Espectáculo
- Educación
- Software
- Comida rápida
- Funeraria
- Financiero
- Mercadeo

Variedad y calidad
Seguridad y comodidad
Fantasía y placer
Utilidad y sistémica
Amigabilidad y eficacia
Balance y rapidez
Respeto y eficiencia
Velocidad y confianza
Ventas y posicionamiento

Estrategias para la exportación de servicios

- **Servicios aculturales:** asesorías técnicas, telecomunicaciones, seguros, salud, transporte, hotelería, contables, mantenimiento. La base es el sistema.
- **Servicios conculturales:** comidas, gobierno, cine, música, deporte, legal. La base es la costumbre.
- **Servicios mixtos:** comercio, turismo, banca, publicidad, seguridad, limpieza, personales.

Estrategias para la exportación de servicios

- Instrumento básico : Tecnología y sistema
- Componente básico : Personal adecuado.
- Condición actual : Imagen global
- Mecanismo invencible : Fama

Ley 30641, Ley que fomenta la Exportación de Servicios y el Turismo

Dr. Javier Gustavo Oyarse Cruz
magoyarse@gmail.com



Régimen legal en la inversión extranjera en el Perú

- Constitución Política del Perú (1993).
- Decreto Legislativo N° 662 (1991), que otorga un régimen de estabilidad jurídica a las inversiones extranjeras mediante el reconocimiento de ciertas garantías.
- DL N° 757 (1991), Ley Marco para el Crecimiento de la Inversión Privada.
- DS N° 162-92-EF (1992), Reglamento de los Regímenes de Garantía a la Inversión Privada.
- **Ley N° 30641, Ley de Fomento a la exportación de servicios y turismo.**

Ley N° 30641

Esta ley tiene por objeto modificar la legislación del impuesto general a las ventas aplicable a las operaciones de exportación de servicios, a fin de:

- Fomentar la competitividad de nuestras exportaciones,
- Mejorar la neutralidad del impuesto, y
- Eliminar distorsiones en su aplicación a este tipo de operaciones.

Los servicios se considerarán exportados cuando cumplan concurrentemente con los siguientes requisitos:

- a) Se presten a título oneroso desde el país hacia el exterior, lo que debe demostrarse con el comprobante de pago que corresponda, emitido de acuerdo con el reglamento de la materia y anotado en el Registro de Ventas e Ingresos.
- b) El exportador sea una persona domiciliada en el país.
- c) El usuario o beneficiario del servicio sea una persona no domiciliada en el país.

Los servicios se considerarán exportados cuando cumplan concurrentemente con los siguientes requisitos:

- d) El uso, la explotación o el aprovechamiento de los servicios por parte del no domiciliado tengan lugar en el extranjero.
- Para efecto de lo señalado en el párrafo precedente el exportador de servicios deberá, de manera previa, estar inscrito en el Registro de Exportadores de Servicios a cargo de la SUNAT.

También se considera exportación, las siguientes operaciones:

- Los servicios de alimentación (incluye servicios de alimentación tipo catering); traslados; transporte turístico (terrestre, aéreo, ferroviario, acuático, teleféricos y funiculares de pasajeros con origen y destino desde el mismo punto de embarque); espectáculos de folklore nacional; teatro; conciertos de música clásica; ópera; opereta; ballet; zarzuela; espectáculos deportivos declarados de interés nacional; museos; eventos gastronómicos; mediación u organización de servicios turísticos; servicios de traducción; turismo de aventura y otras actividades de turismo no convencional (turismo vivencial, social y rural comunitario) que conforman el paquete turístico prestado por operadores turísticos domiciliados en el país, a favor de agencias, operadores turísticos o personas naturales, no domiciliados en el país, en todos los casos.

También se considera exportación, las siguientes operaciones:

- Los **servicios complementarios al transporte de carga** que se realice desde el país hacia el exterior y el que se realice desde el exterior hacia el país, necesarios para que se realice dicho transporte, siempre que se realicen en zona primaria de aduanas y que se presten a los transportistas de carga internacional o a sujetos no domiciliados en el país que tengan titularidad de la carga de acuerdo con la documentación aduanera de tránsito internacional.

Constituyen servicios complementarios al transporte de carga necesarios para llevar a cabo dicho transporte, los siguientes:

- a. Remolque.
- b. Amarre o desamarre de boyas.
- c. Alquiler de amarraderos.
- d. Uso de área de operaciones.
- e. Movilización de carga entre bodegas de la nave.
- f. Transbordo de carga.
- g. Descarga o embarque de carga o de contenedores vacíos.
- h. Manipuleo de carga.
- i. Estiba y desestiba.
- j. Tracción de carga desde y hacia áreas de almacenamiento.
- k. Practicaje.
- l. Apoyo a aeronaves en tierra (rampa).
- m. Navegación aérea en ruta.
- n. Aterrizaje-despegue.
- ñ. Estacionamiento de la aeronave.

También se considera exportación las siguientes operaciones:

- El suministro de energía eléctrica a favor de los sujetos domiciliados en las zonas especiales de desarrollo (ZED). El suministro de energía eléctrica comprende todos los cargos que le son inherentes contemplados en la legislación peruana.
- La prestación del servicio que se realiza parcialmente en el extranjero por sujetos generadores de rentas de tercera categoría para efectos del impuesto a la renta a favor de una persona no domiciliada en el país, siempre que su uso, explotación o aprovechamiento tenga lugar en el extranjero.

Devolución de impuestos a turistas

- Para efecto de esta devolución, se considerará como turista a los extranjeros no domiciliados que se encuentran en territorio nacional por un período no menor a 2 días calendario ni mayor a 60 días calendario por cada ingreso al país, lo cual deberá acreditarse con la tarjeta andina de migración y el pasaporte, salvoconducto o documento de identidad que de conformidad con los tratados internacionales celebrados por el Perú sea válido para ingresar al país, de acuerdo a lo que establezca el reglamento.

PERU SERVICE SUMMIT 2017

Dr. Javier Gustavo Oyarse Cruz
magoyarse@gmail.com

PRESENTACIÓN DEL SECTOR SERVICIOS

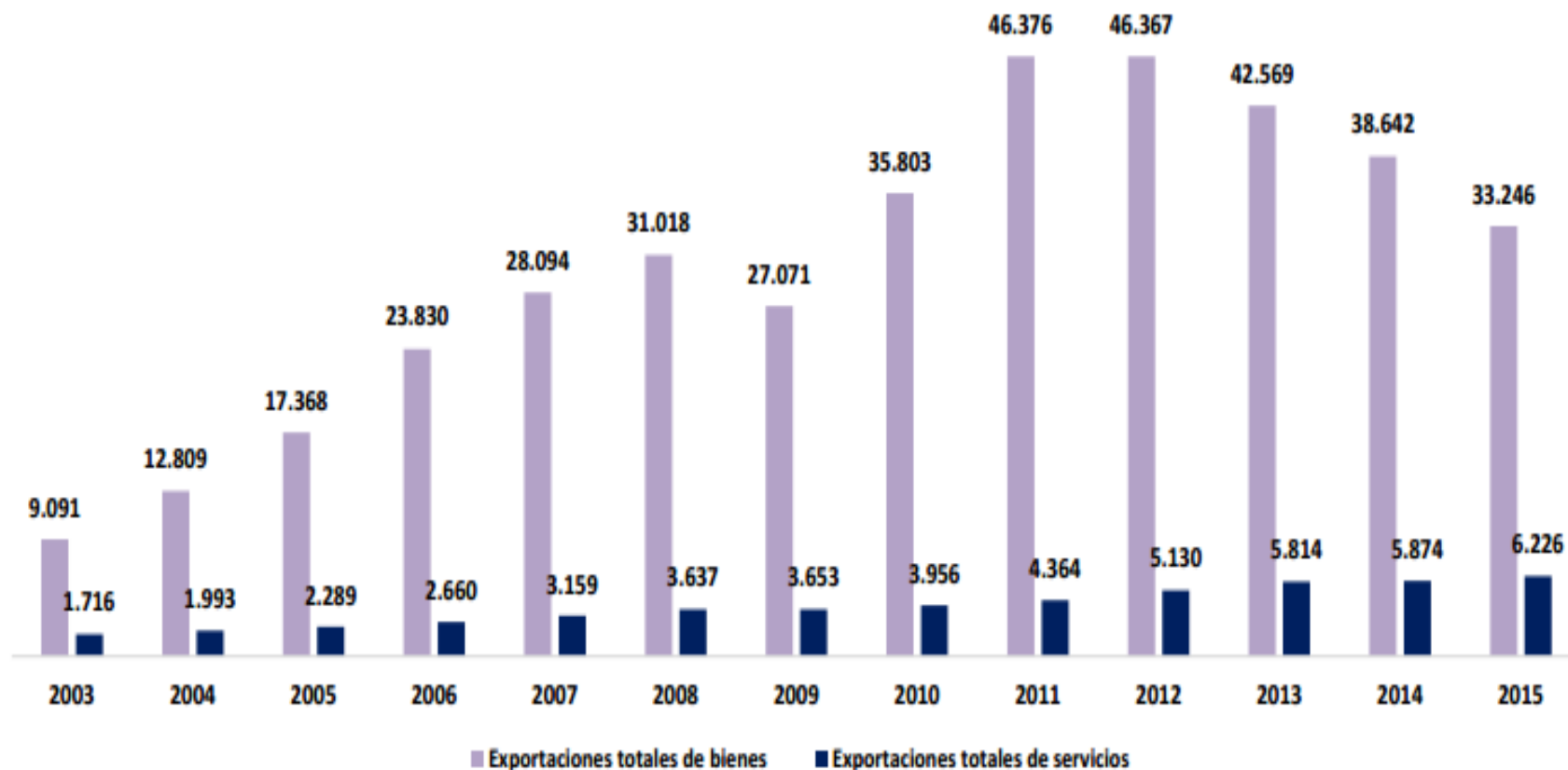
En los últimos 11 años (2005-2016) la tasa de crecimiento promedio anual de las **exportaciones de servicios** experimentó un cambio importante al registrar una **tasa del 10.77%**, lo que permitió pasar de **US\$ 2,289 millones a US\$ 6,226 millones**.

CONOCE LAS ESTADÍSTICAS

PROMPERÚ ha venido impulsando este sector desde el año 2004 a través de su programa de Promoción de Exportación de Servicios, habiendo destacado 13 tipos de servicios que están alrededor de las Tecnologías de Información (ITO), Proceso de Negocios (BPO) y Proceso de Negocios Complejos (KPO) involucrando a 280 empresas con alta capacidad de proveer de servicios al mercado internacional.

Fuente: PROMPERÚ, Departamento de Exportación de Servicios

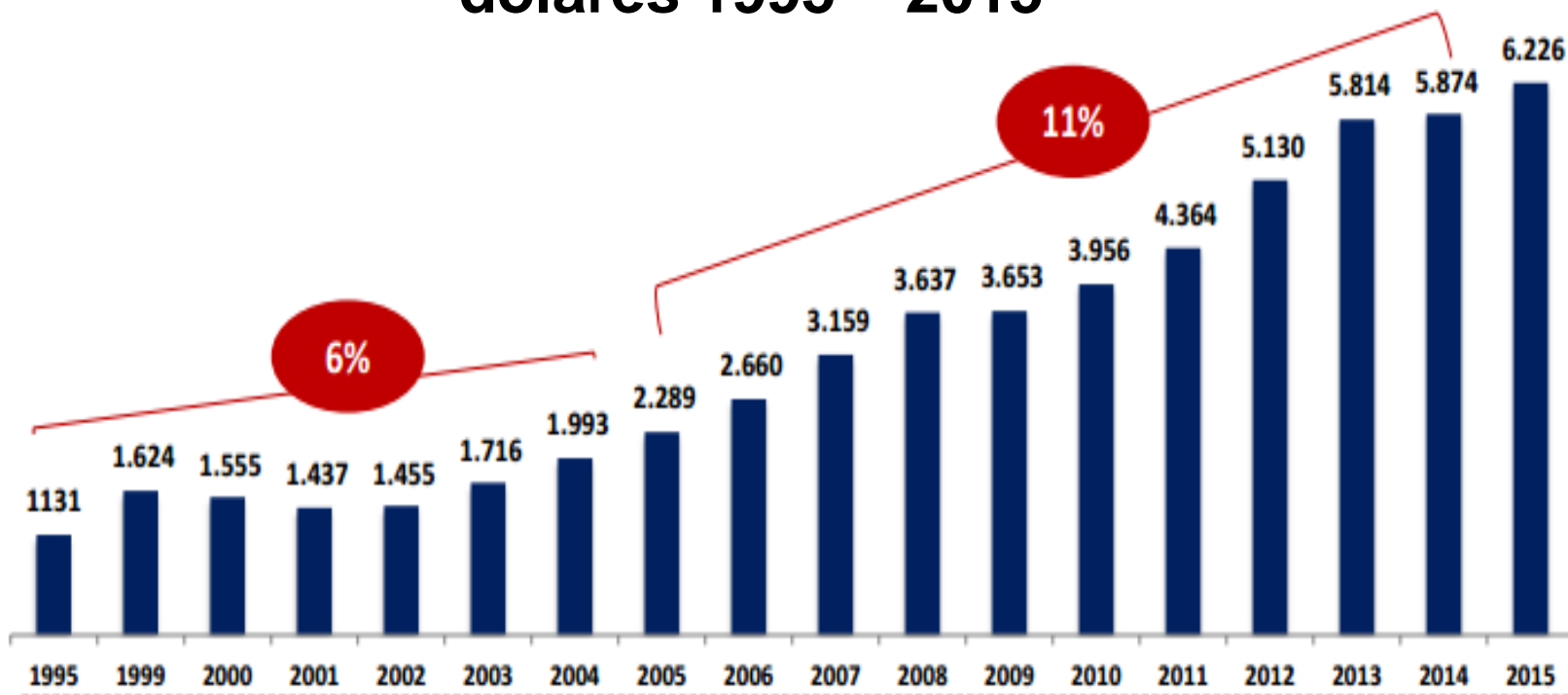
Exportaciones totales del Perú en miles de millones de dólares 2003 – 2015



**2003: Exportaciones Totales,
US\$ 10,807 millones**

**2015: Exportaciones Totales,
US\$ 39,472 millones**

Exportaciones de Servicios del Perú en miles de millones de dólares 1995 – 2015



	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Viajes	57%	57%	61%	57%	53%	54%	53%	53%
Transportes	23%	22%	23%	24%	26%	27%	25%	22%
Servicios no Tradicionales	20%	21%	16%	18%	21%	18%	22%	25%

Sector Software

- Empresas con 23 años de experiencia
- +400 empresas formales
- US\$ 45 millones en exportación
- +49,000 programadores de sistemas



Oferta exportable:

- Aplicativos Móviles, software a medida, software Horizontal, software Vertical, fábrica de Software

Sector Videojuegos

- 20 empresas de videojuegos
- 76% especializadas en juegos para dispositivos móviles
- Exportaciones América del Norte y del Sur
- El primer estudio Latinoamericano en publicar un videojuego para PS Vita con fondos propios es peruano.
- Diferenciación para desarrollo de contenidos en entretenimiento gracias a nuestra cultura milenaria.

Oferta exportable:

- Advergames, consola,
- móviles, animación publicitaria

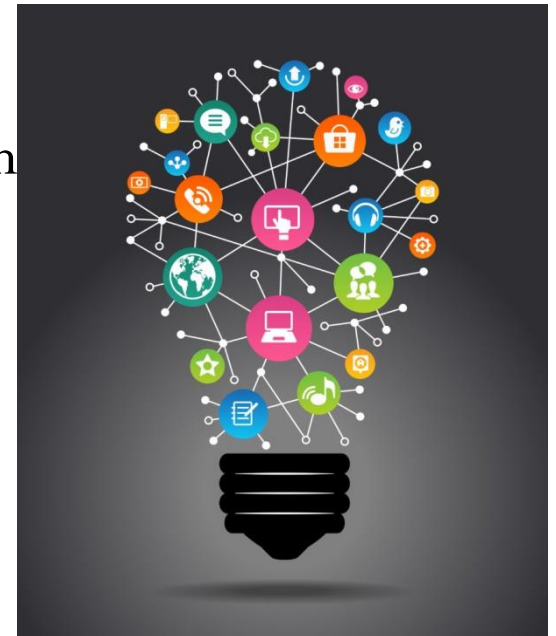


Sector Marketing Digital

- Servicios de calidad a costos competitivos
- 15 Agencias de Marketing Digital
- 10 años Experiencia en el mercado local
- Creatividad peruana reconocida internacionalmente (Premios ANDA, EFFIE).
- Alto nivel profesional, equipos de trabajo 100% multidisciplinario.
- Costos competitivos respecto al resto de Latinoamérica

Oferta exportable:

- Branding, Posicionamiento, website.



Sector Editorial



- US\$ 24,4 millones en exportación
- 33% editoriales especializadas en literatura
- 36% especializada en publicaciones para niños
- 31% libros académicos, técnicos y profesionales
- 109 empresas formales con más de 21 años de existencia.
- Autores reconocidos internacionalmente y autores noveles considerados como promesas literarias por los medios especializados.
- Contenidos inspirados en la riqueza cultural: desde libros para niños, comics, literatura, libros técnicos y profesionales hasta libros de gastronomía y turismo.

Oferta exportable:

- Derechos de Autor, libros físicos y digitales, coediciones, comics (Todos los géneros)

Sector BPO



- Empresas con 11 años de experiencia
- US\$ 226 millones en exportación
- +80 empresas formales
- +40,000 teleoperadores
- Idioma y acento neutro, internacionalizable para países hispanohablantes.
- Buena aptitud de atención al cliente.
- Empresas con estándares de calidad Internacional:

Oferta exportable:

- Inbound, outbound, cobranzas (Bilingüe)

Sector Animación

- 10 empresas de animación digital
- Interés por parte de **Canadá, Estados Unidos, Brasil y Japón**
- 9 películas producidas
- Alta calidad de los servicios a precios competitivos.
- Recursos humanos altamente especializados.
- Referente latinoamericano en la producción de películas animadas en 3D (9 películas).

Oferta exportable:

- Storytelling Corporativo,
- Presentaciones, Animación 2D / 3D,
- Transmedia,
- Post-producción y VFX.



Sector Imprentas

- Empresas con 26 años de experiencia
- Muy competitivo diferencia de costos
- US\$ 85 millones en exportación
- Experiencia para atender al mercado internacional con equipos modernos y con la tecnología más avanzada de la Región.
- Capacidad instalada para atender al mercado internacional.
- Con estándares de calidad internacional (ISO 9001:2008) y de gestión ambiental (ISO 14000).

Oferta exportable:

- Servicios Editoriales, Impresión Digital, Impresión Offset, Gran Formato, Documentos de seguridad.



Sector Arquitectura

- 18 empresas activas
- US\$ 50 millones en ventas
- Estándares técnicos internacionales **Green Building Council**
- 40 casas de arquitectura especializadas en diseño y desarrollo de proyectos.
- Empresas con certificados internacionales de calidad: Green Building Council.
- Creatividad basada en la diversidad cultural peruana.
- Experiencia internacional en los mercados Latinoamericanos.

Oferta exportable:

- Diseño y Desarrollo de Proyectos Arquitectónicos, Eco-arquitectura,
- Master Plans Urbanos.





MUCHAS GRACIAS

Pueden seguirnos como
Magoyarse en



<http://magoyarse.blogspot.com/>

Dr. Javier Oyarse