



Universidad Abierta Interamericana

EXPORTACIÓN DE SERVICIOS
EL NEGOCIO DEL SIGLO XXI

Alumna: Judy Paola Carrillo Jiménez
Título a obtener: Licenciada en Comercio Internacional
Facultad de ciencias empresariales – Sede Centro
Fecha: Diciembre 2018

Resumen

Esta tesina pretende analizar la exportación de servicios como una prestación de carácter intangible y variable que generara un crecimiento para las empresas y para la Argentina.

En los países desarrollados, el crecimiento de la exportación de Servicios, representa un significativo porcentaje del PBI.

Actualmente en Argentina, la exportación de servicios va tomando cada día y de manera progresiva más fuerza, generando oportunidades para el desarrollo del país, contribuyendo al crecimiento de las compañías. Gracias a la ampliación de su oferta exportable, permite generar cada vez más nuevos puestos de trabajo en las áreas de diseño gráfico, educación, legales, turismo, jurídicos, informática y de software. También permite la incorporación al mercado internacional por parte de estas empresas.

Exportar Servicios es una forma de diversificar una empresa y ponerla en un contexto mundial. Hay que tener en cuenta que los servicios son prestaciones intangibles, elaborados y confeccionados por profesionales, muchas veces a medida para el tomador.

Palabras claves: Exportación / Servicios / Empresa / PyME / Crecimiento/ Desarrollo / Intangible / Empleo / Argentina / Mercosur .

INDICE

Introducción.....	3
Justificación.....	4
Planeamiento del problema	4
Marco teórico	5
Hipótesis.....	5
Objetivos.....	6

Capítulo I: Exportación de bienes y exportación de servicios.

1.1 Diferencia entre exportación de bienes y exportación de servicios	8
1.2 Tipos de servicios	
1.3 Comercialización de servicio	10
1.4 Modalidades del comercio exterior	12

Capítulo II : Pymes y grandes empresas exportando, un factor clave para Argentina

2.1 Caso de una Pyme Argentina que exportara sus servicios	1
2.2 Estrategias para realizar una exportación de servicios	1
2 Pasos para exportar servicios	18

Capitulo III: Acuerdos de servicios de Argentina hacia el Mercosur.

3.1. Acuerdo General sobre el comercio de servicios	2
3.2. Principales países exportadores de servicios	2
3.3. Acuerdos entre Argentina y países del MERCOSUR	2
Conclusión	2
Anexos	0
Bibliografía	35

INTRODUCCIÓN

Cuando se oyen los términos "comercio", "sistema mundial de comercio" o "exportaciones", lo primero que suele venir al espíritu son ideas como "contenedores marítimos", "transporte por carretera" o "carga aérea", pero rara vez se piensa en el comercio de servicios.

Esto se debe en parte a que el avance de la economía de servicios en el comercio mundial es relativamente reciente, pero también a que los servicios son intangibles y, por ende, menos visibles. De ahí que la promoción de la exportación de servicios resulte tan difícil. Con respecto a su mercancía más que un producto que el comprador podrá examinar físicamente, el exportador de servicios vende una "promesa". La venta de servicios se basa en una buena impresión y en referencias que susciten la confianza del comprador, requisito que puede convertirse en una barrera para los exportadores de países en desarrollo y en transición.

Es por esta razón el presente documento pretende analizar y mostrar que la exportación de servicios es una de las formas más operativas y concretas de aumentar las exportaciones y elevar generosamente el ingreso de divisas extranjeras al país, especialmente cuando se trata de los servicios profesionales y empresariales. Adicionalmente, revelará, mediante datos estadísticos, la importancia del sector dentro del PBI argentino y el creciente protagonismo en el comercio global.

Además, se tratará de explicar y detallar la importancia para Argentina de las exportaciones de servicios desde una PYME o una gran empresa hacia el exterior. De esta manera pretende explicar que para el desarrollo del país la exportación de servicios es una oportunidad que contribuye con el crecimiento de las economías ampliando su oferta exportable, generando empleos de calidad e incorporando nuevas empresas al mercado internacional. Siguiendo la tendencia del crecimiento mundial, no solo se debe tener en cuenta el crecimiento de un país en base al intercambio de bienes tangibles, sino de algún producto intangible. Se entiende en este caso que cuando se habla de bienes intangibles, se hace referencia a servicios que nuestra nación o que cualquier otra nación otorgue a otra.

La exportación de servicios es un sector de rápido crecimiento en la economía mundial, representando dos tercios de su producción, un tercio del empleo mundial, y cerca del 20% del comercio mundial. Los servicios son importantes dada su condición de insumo esencial en la producción de las mercancías. Todos los días, a cada instante, y en cualquier parte del mundo, se está desarrollando el comercio de servicios.

JUSTIFICACIÓN

A través de esta investigación podremos conocer lo que es una exportación tanto de bienes como de servicio , veremos la diferencia entre una y otra, se dará a conocer la importancia que tienen las exportaciones de servicios a nivel internacional , Argentina cuenta con capital humano talentoso y capaz de generar servicios competitivos para el mercado internacional, como lo es el diseño de software, consultoría empresarial o de ingeniería, área salud, franquicias, servicios logísticos, entre otros.

Considerando lo anterior el crecimiento de la demanda global y las fortalezas que presenta Argentina en estas industrias, la problemática que podemos notar es que las personas tanto en Argentina como en diferentes países del mundo, no tienen en cuenta la importancia que esta temática de exportación de servicios conlleva, y conllevara en sus vidas y en la de sus próximas generaciones. Por este motivo, en esta investigación, se intentara demostrar la importancia, la forma, y/o qué camino seguir para incentivar y promocionar la exportación de servicios.

Además, se podrá abarcar el problema de la falta de políticas que incentiven esta actividad, por parte de los Estados, quienes a través de sus actividades pueden establecer una regulación que facilite la actividad de exportación de Servicios, ya sea a través de tratados bilaterales o multilaterales.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

¿En qué medida la exportación de bienes intangibles es decir, servicios, podrán ser uno de los factores más importantes de la economía Argentina en 5 años?

MARCO TEORICO

Mas allá de la volatilidad de la Economía, la exportación de servicios desde Argentina, se mantiene estable y consolidada en servicios legales, contables, publicidad, investigación y desarrollo, ingeniería, arquitectura, informática, consultoría y servicios empresariales. Se n una entidad ue a rupa a empresas del sector llamada Ar encon las exportaciones de servicios basadas en el conocimiento ya ocupan el tercer lugar como rubro generador de divisas, detrás los complejos sojeros y automotriz, superando a los combustibles y metales, productos químicos y cereales.

En un contexto muy dinámico del comercio total de servicios, entre 1998- 2000 y 2008-2010 las exportaciones de servicios crecieron 9,6% (promedio anual), un mayor ritmo que las importaciones de servicios (3,7%), al revés de lo ocurrido en la década del noventa, cuando las exportaciones de servicios crecieron al 8,1% anual y las importaciones lo hicieron al 12,2%. Esto refleja que en la década del 90 se llevaron a cabo más las importaciones que las exportaciones de servicios.

Es necesario tener en cuenta que en Argentina la comercialización de servicios equivale, según los últimos datos publicados por el INDEC, a un 24,5% del total de las exportaciones de bienes y que suelen ser intensivas en mano de obra local. Este tipo de ventas incluye a categorías tan diferentes como el transporte internacional de mercaderías, el transporte internacional de personas no residentes, el turismo receptivo, servicios jurídicos, contables, de ingeniería, de investigación, entre muchos otros. Estas exportaciones muy probablemente van a ganar participación en el comercio exterior mundial en el futuro, conforme los servicios ganan participación en la canasta de consumo y su comercio internacional se hace más viable debido a los avances de tecnologías de la información y las comunicaciones, y el acceso de un mayor número de personas al turismo internacional.

HIPÓTESIS

La exportación de servicios se convertirá en un factor fundamental para el crecimiento de la economía Argentina en un lapso de 5 años.

Gracias al pro rama ue promue e el obierno E porta Simple las e portaciones de servicios principalmente van aumentando cada día, especialmente el rubro del

conocimiento que hoy ocupa el tercer puesto de exportaciones en Argentina, Es una actividad que incluye un vasto segmento de profesiones que abarcan los servicios contables y legales, de software y tecnología digital, de ingeniería y arquitectura, de gestión de empresas y de producciones audiovisuales que se prestan desde Argentina al mundo, con este capital humano que se tiene , es posible generar una crecimiento en la economía y posiblemente convertirlo en uno de los factores más importantes para el país.

OBJETIVO GENERAL:

Determinar el comportamiento y crecimiento de las exportaciones de servicios en un lapso de 5 años.

OBJETIVOS ESPECIFICOS:

1. Establecer las diferencias entre los conceptos de exportación de bienes y exportación de servicios.
2. Explicar la importancia que tendrá para Argentina y las exportaciones de servicios desde una PYME o una gran empresa.
3. Analizar los acuerdos y barreras comerciales para la exportación de servicios entre el MERCOSUR hacia Argentina.

Capítulo I

EXPORTACIÓN DE BIENES Y EXPORTACION DE SERVICIOS

El presente capítulo tiene como objetivo abordar el concepto de exportación de bienes y exportación de servicios. Desarrollando la diferencia que existe entre uno y otro, y explicando los cambios que se han dado a través del comercio internacional al incluir a los servicios como un importante sector dentro de la exportación.

Cuando nos referimos a exportación de bienes hablamos de un producto tangible que es vendido por un país en un territorio para luego ser enviado al exterior, esto se asocia al Comercio Exterior o Comercio Internacional entre países. Se refiere a toda transferencia de Propiedad de Mercancía, que una empresa o un individuo residente de un país otorga a otro/s.

Años atrás el Código Aduanero Argentino define a la exportación como Exportación es la extracción de cualquier mercadería de un territorio aduanero. En cuanto al capítulo tercero de Mercaderías y servicios establece el artículo 10 apartado 1: A los fines de este Código es mercadería todo objeto que es susceptible de ser importado y exportado. Apartado 2: Se consideran 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 no 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.¹

Es decir que todo lo referido a mercadería, abarca lo que hoy en día son los servicios y la propiedad intelectual, ya que años atrás este concepto de mercadería no estaba contemplado en el Código Aduanero.

Mientras que la Exportación de Servicios, es decir de bienes intangibles, se define de manera que una persona residente en el extranjero hace un pago con independencia del lugar que se produjo el servicio. Es una de las formas más operativas y concretas de aumentar las exportaciones, especialmente cuando se trata de los servicios profesionales y empresariales.

1) Código Aduanero de la República Argentina

Es un modelo de negocio que ofrece varias posibilidades a las empresas de poder poner el servicio en el que son especialistas a disposición de otro, persiguiendo siempre la exigencia por la prestación para servicios de calidad y la globalización, impulsan el mercado de la exportación de servicios.

Es decir que la exportación de servicios ocurre cuando el pago es hecho por una persona que esta fuera del territorio aduanero nacional, independiente de donde él se encuentre en la práctica.

1.1 Diferencia entre exportación de bienes y exportación de servicios.

Hay una gran diferencia entre los bienes y servicios basados en si son tangibles o intangibles. Los productos son básicamente objetos que tienen que ser fabricados, almacenados, transportados, comercializados y vendidos. Los bienes son tangibles por naturaleza, los servicios son en su mayoría intangibles. En la tabla que veremos a continuación, detallamos en breve las diferencia entre ambos:

Tabla N°1: Diferencia entre exportación de Bienes y de Servicios:

SERVICIOS	BIENES
No tienen posición arancelaria	Tienen posición arancelaria, según nomenclatura
No hay control aduanero	Sometidos al control aduanero fronterizo
Exentos de IVA	No están exentos de IVA
Viajes personales, medios electrónicos y/o postales	Flete y seguro de a las cargas
No hay derecho de importación ni de exportación, pero si retenciones por impuesto a las ganancias	Derechos de exportación y aranceles de importación
Según jurisdicción y modalidad	Exento de ingresos brutos
Divisas sometidas al régimen cambiario del BCRA (Banco Central de la Republica Argentina)	Divisas sometidas al régimen cambiario del BCRA (Banco Central de la Republica Argentina).
Generalmente no hay estímulos fiscales	Estímulos fiscales.

No hay muestras, eventualmente hay participación en ferias y en congresos.	Envío de muestras y exhibiciones de productos en ferias.
--	--

1.2 Tipos de servicios

Tradicionalmente, el comercio internacional de servicios se limitaba al uso de las telecomunicaciones, del transporte internacional y de los servicios financieros. Pero estos no son los únicos, para la OMC los servicios se pueden agrupar de la siguiente manera:

1) Servicios prestados a las empresas: Son servicios prestados a las empresas por terceros. Como por ejemplo los servicios de diseño, desarrollo de software. Dentro de este sector también se ubican los servicios comerciales y de investigación. Por ejemplo: preparar un informe de inteligencia de mercado.

2) Servicios de Comunicaciones: Son los servicios de recepción y transmisión de señales por cualquier medio electromagnético. Por ejemplo: la transmisión de un evento mundial vía satélite.

3) Servicios de Construcción e Ingeniería: Son los servicios que prestan las empresas de Ingeniería y construcción en otros países. Por ejemplo: la construcción de una represa en Brasil por parte de una empresa Argentina.

4) Servicios de Distribución: Son los servicios prestados por las empresas de logística. Por ejemplo: una empresa Argentina tiene un depósito para mercaderías en Chile y una empresa chilena le presta el servicio de logística en dicho depósito.

5) Servicio de Enseñanza: Los servicios de Educación son aquellos que una institución brinda a estudiantes extranjeros. Por ejemplo: un colombiano viene a Argentina a estudiar una carrera o un argentino viaja a USA a hacer un posgrado.

6) Servicios relacionados con el medio ambiente: Los servicios relacionados con el medio ambiente incluyen desde un informe sobre una cuenca hídrica hasta el saneamiento de la misma. Por ejemplo: un experto Inglés viene a hacer un estudio al Riachuelo, presenta un plan para sanarlo y lo lleva adelante hasta concluirlo.

7) Servicios Financieros: Los servicios financieros son lo que habitualmente prestan los bancos, casas de cambio, todos los que involucren movimiento de divisas. Por ejemplo: un turista argentino viaja a Perú y va a una casa de cambio a comprar Soles.

8) Servicios de Salud: Los servicios de salud son los prestados por los nosocomios, médicos especialistas a ciudadanos extranjeros como así también la realización de estudios como análisis de Laboratorio, diagnóstico por imagen etc. Por ejemplo: un ciudadano argentino recibe atención médica en Brasil.

9) Servicios de Turismo y viajes: Estos servicios son prestados por hoteles, agencias de viajes, restaurantes, guías de paseos etc. Por ejemplo: un ciudadano chileno viaja a San Juan a visitar el Valle de la Luna a través de una agencia de viajes chilena que le contrata un hotel y las excursiones en Argentina.

10) Servicios de Esparcimiento, Culturales y Deportivos: Estos servicios engloban todas las actividades de esparcimiento ya sean culturales o deportivas presentadas en el exterior. Por ejemplo: un partido de fútbol entre River y Boca disputado en Miami, una obra de teatro Argentina presentada en España.

11) Servicios de Transportes: Estos servicios son los que comprenden todas los transportes ya sean marítimos, terrestres o aéreos. Por Ejemplo: un argentino toma un vuelo a España y luego continúa por Tren a Francia.

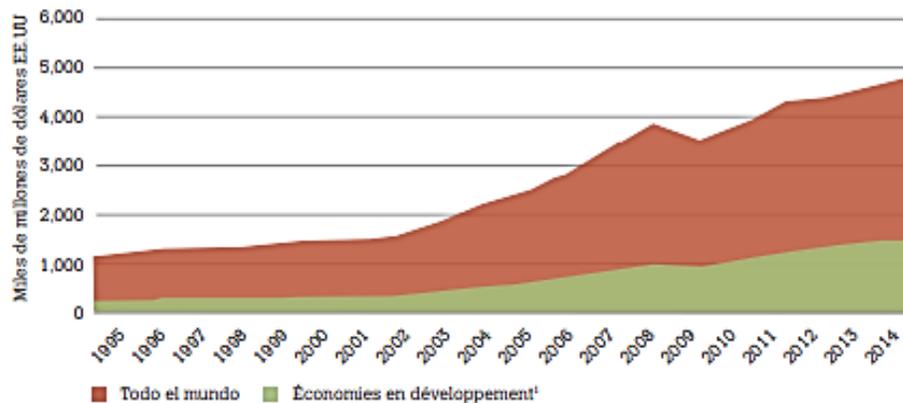
12) Otros Servicios: Son todos los servicios no incluidos en los puntos anteriores. Por Ejemplo: suministro de los servicios luz, gas, agua, etc.

1.3 Comercialización internacional de servicios

Teniendo en cuenta los últimos 20 años, comercialmente podemos determinar que los servicios se convirtieron en el segmento más dinámico del comercio mundial superando el ritmo de crecimiento al comercio tradicional de bienes tangibles, es decir de mercancías.

Los países en desarrollo y las economías en transición desempeñaron un papel cada vez más importante en este ámbito, aumentando significativamente su participación en las exportaciones mundiales de servicios durante este periodo. A continuación en el gráfico veremos la contribución de cada una de las economías en desarrollo en cuanto a las exportaciones de servicios.

Gráfico 1: Participación de las economías en desarrollo en las exportaciones mundiales de servicios desde 1995 - 2014



Fuente: Datos sobre el comercio de servicios de la OMC/UNCTAD/ITC

Cabe resaltar que la internacionalización de servicios es una oportunidad para el desarrollo y crecimiento de las industrias dedicadas a la prestación de servicios de diseño gráfico, legales, jurídicos, informáticos y de software, de turismo y de educación, ya que experimentan un crecimiento continuo y sostenido permitiendo la generación de empleos de calidad y la incorporación al mercado internacional de nuevas empresas.

A partir de cultura internacional y cuota de mercado relativa, se pueden obtener tres posibles categorías de empresas frente a la internacionalización:

- Empresa globalmente inmadura (potencial bajo): Tiene una actividad exportadora nula o muy limitada pero sin una posición dominante en los mercados actuales. Es muy vulnerable debido a que tiene una experiencia limitada y una posición de cuota de mercado desfavorable.

- Empresa globalmente adolescente (potencial moderado): Ha adquirido alguna experiencia internacional y/o cierta posición en los mercados importantes.
- Empresa global internacionalmente madura (potencial alto): Tiene una posición dominante en los principales mercados y también es totalmente dependiente de las ventajas internacionales (experiencia).

1.4 Modalidades del comercio de servicios

Las modalidades reconocidas por la OMC y la comunidad andina se divide en 4

- El comercio transfronterizo: es el servicio que se presta desde el territorio de un proveedor hasta el territorio de un consumidor, esto puede darse por ejemplo a través de un software.
- Consumo en el extranjero: se produce cuando el consumidor del servicio se desplaza y lo adquiere en el territorio del proveedor, por ejemplo un servicio de salud, es decir que se puede considerar un servicio más económico o de mejor calidad, por tal motivo se realiza dicha exportación del mismo.
- Presencia comercial: cuando el proveedor del servicio establece una sucursal o establecimiento permanente en el territorio de otro país para prestar un servicio, por ejemplo una franquicia como Starbucks o McDonalds entre otras
- Presencia de personas físicas: Es el desplazamiento de personas de un país a otro para prestar un servicio, es decir el servicio prestado por profesionales funcionarios, consultores, ejecutivos, técnicos, entre otros.

Capítulo II:

PYMES Y GRANDES EMPRESAS EXPORTANDO, UN FACTOR CLAVE PARA ARGENTINA.

En este capítulo analizaremos la importancia que tendrá para Argentina que una gran empresa o una PYME lleve a cabo sus exportaciones especialmente en el sector de los servicios, ya que es una forma de diversificar cada una de las empresas y ubicarlas en contexto mundial apuntando a lograr el crecimiento en los mercados internacionales.

La prestación de servicios es un rubro que aumentó exponencialmente en los últimos 20 años y nos brinda una gran posibilidad de crecimiento. En los países desarrollados, el crecimiento ha sido tal que los servicios representan tres cuartas partes del PBI y más de la mitad en los países en desarrollo. Por este motivo vemos la gran importancia que hoy trae este sector para las empresas.

Mientras que para los gobiernos el crecimiento de los servicios con la planificación del desarrollo podría servir para reducir la pobreza y fortalecer sus economías, pero no se están beneficiando de ese gran potencial. La utilización de la exportación de servicios como vía de desarrollo supone que las autoridades conozcan y comprendan sus beneficios, y esto está dedicado precisamente a analizar sus distintos aspectos como lo son las tendencias, las oportunidades de este mercado, las técnicas para sensibilizar a los planificadores del desarrollo y las exportaciones, las empresas y el público en general sobre la importancia de la exportación de servicios, medidas para abordar algunas cuestiones esenciales, como la defensa de los intereses de las empresas en las negociaciones de la OMC y su credibilidad como exportadores de servicios, y recursos de información sobre varios temas de importancia.

2.1 Caso de una Pyme Argentina que exportara sus servicios

A continuación mostraremos el caso de un emprendimiento Argentino, fundado por el contador Horacio Ojeda, el cual dio origen a un servicio del rubro informático, orientado hacia la toma de decisiones de empresas, desarrollando un paquete de herramientas técnicas que facilitan la toma de decisiones a partir de datos cedidos y recolectados de la empresa, la cual contrata el servicio.



Que es Deps?

Se puede representar su funcionalidad en la importancia que la sostenibilidad de un negocio significa para cada empresario, ya sea una PYMES (Pequeña y mediana empresa), o para una gran empresa. Cuando se trata esta temática, sabemos que el futuro del negocio depende de la visibilidad de los tomadores de decisiones, su capacidad y alcance de respuestas, es decir de DEPS (Decisiones proyectadas), que brinda un paquete de herramientas técnicas que facilitan la toma de decisiones.

DEPS tiene como objetivo principal la generación de herramientas especializadas en gestión empresarial, que mostraran información precisa y necesaria para la toma de decisiones en forma sencilla y certera.



Si hablamos sobre su utilidad y para qué sirve, podemos definirlo como una herramienta altamente eficiente, la cual se encarga de monitorear, controlar y medir de manera altamente eficiente la actividad de una empresa, estableciendo objetivos estratégicos claro,

para lograr resultados esperados, los cuales previamente fueron planificados entre DEPS y su tomador.

El tomador debe decir que resultado quiere alcanzar, y a través de esta información se planeará la estrategia para cada caso, definiendo parámetros de tiempo, costo, y logística operativa.

Por este medio se darán los resultados al tomador a través de indicadores de control altamente eficiente, financieros y no financieros, DEPS obtiene información periódica para poder realizar un seguimiento y poder cumplir con los objetivos previamente establecidos y lograr una visión clara del desarrollo estratégico.

Quienes puede aplicar Deps?

El uso y aplicación de las herramientas que ofrece DEPS combinado con sus capacidades de planificación analítica son posibles y recomendables para empresas medianas y pequeñas (PYMES). Su efectividad no depende del tamaño de la compañía, empresa u organización, es por tal razón que es un servicio altamente exportable ya que es posible adaptarlo a cualquier tipo de organización o empresa.

Medir el desempeño de la empresa hoy y su posible rendimiento a futuro, es el trabajo de DEPS (Decisiones proyectadas), conocer la alineación de las operaciones en marcha y de las que se iniciaran mañana o comprobar si se están alcanzando los objetivos estratégicos resulta imprescindible para la toma de decisiones de cualquier empresa.

Como implementarlo en Argentina o en el exterior?

Paso 1: A este paso lo denominamos como "Diseño de la estrategia". Se inicia con la recolección de datos para definir y conocer la situación actual de la empresa, lo que permite a DEPS saber el estado donde se encuentra la empresa y hacia dónde se dirige, a través de sus indicadores.

Paso 2: DEPS realiza el planeamiento de la "Definición de objetivos". Se planea de manera conjunta con el tomador, la manera de cómo la compañía ira avanzando y los objetivos más concretos y cercanos en el tiempo.

Paso 3: Este paso se caracteriza como la "Determinación de los indicadores". Este es un paso clave, ya que se deciden los indicadores con los cuales se va a realizar el monitoreo de las actividades del tomador del servicio, y el desarrollo del proceso, para poder evaluar el resultado de las acciones.

Paso 4: "Feedback". De forma permanente, se realiza una revisión del funcionamiento de los indicadores previamente establecidos, para ver si se deben tomar medidas correctivas sobre el mismo, para lograr de manera constante un crecimiento en la calidad de la información arrojada por los indicadores.

Beneficios que ofrece DEPS para sus tomadores:

Podemos determinar 3 beneficios principales que este servicio brindar a sus clientes:

- I) Planificación: DEPS contempla y acompaña la evolución de la empresa desde una perspectiva amplia, para definir las estrategias de mediano y largo plazo.
- II) Seguimiento: Ofrece una amplia visión para un seguimiento detallado de la marcha y dirección del negocio, englobando muchos aspectos, mas allá de los indicativos financieros, permitiendo observar otras variables importantes para el correcto desarrollo de la actividad de la empresa.
- III) Desvíos: Permite un control temprano, o anticipado de los desvíos, evitando situaciones indeseadas, que generalmente provocaran pérdidas o retrasos en los resultados esperados.

De acuerdo a lo anterior podemos notar que DEPS es un servicio altamente exportable el cual brindara ayuda a los diferentes tipos de empresas que existen a nivel mundial a cumplir con sus objetivos y a tomar decisiones financieras correctamente y de esta forma disminuir el riesgo de pérdidas.

A continuación veremos algunas estrategias que van a ser claves para la exportación de DEPS o de cualquier servicio que se desee exportar, también marcaremos el proceso que requiere para poder realizar la exportación.

2.2 Estrategias para realizar una exportación de servicios

Para realizar una exportación ya sea de bienes, o de servicios en este caso, se debe tener en cuenta 4 componentes básicos que nos guiaran hacia una correcta y eficiente exportación de servicios:

1. El primer factor a tener en cuenta es el Instrumento básico que sería la Tecnología y Sistema, esto significa que debe contar con una tecnología adecuada para el servicio que está prestando, y también debe contar al menos con una página web o red social.
2. El segundo factor es el componente básico, la empresa u organización debe contar con un personal adecuado para cada tarea a realizar.
3. El tercer factor es la condición actual en la que se encuentra la empresa u organización, con esto nos referimos a su Imagen global, es decir que debe buscar ser reconocida internacionalmente.
4. El cuarto y último factor lo denomino el mecanismo invencible, con esto nos referimos a la fama que debe tener la empresa u organización, además de ser reconocidos internacionalmente, deben buscar ser famosos, como por ejemplo: Waze, Netflix y Spotify. Para una empresa esto es fundamental, ya que los clientes accederán al servicio, pues al ser famosos las personas pensarán que no existe el mas mínimo margen de error.

2.3 Pasos para exportar servicios

En el siguiente artículo vamos a enumerar los pasos que DEPS, un empresario, un ente, o una organización debería tener en cuenta antes de realizar una exportación de servicios. Con el objetivo de agilizar el procedimiento y permitir que pequeños exportadores de servicios puedan brindarlos en el exterior más fácilmente, el Ministerio de Producción de la Nación unificó criterios con AFIP y el Banco Central para simplificar los trámites que se debían realizar ,los mismos se detallan a continuación:

1. Creación de la empresa:

Cualquier persona ya sea física o jurídica está en la capacidad de exportar un servicio, no obstante es recomendable pero no obligatorio que la persona que va a exportar el servicio se constituya como una persona jurídica, es decir, que cree una empresa para realizar negocios en el exterior.

2. Defina la modalidad de suministro de servicio:

Según el acuerdo general de comercio en servicios (AGS), de la Organización Mundial de Comercio, se han definido 4 modalidades a través de las cuales el interesado, es decir el futuro exportador, que realizara la exportación, puede hacerlo a través de los pasos ya explicados anteriormente, que serian :

1. Suministro Transfronterizo.
2. Consumo en el exterior.
3. Presencia Comercial.
4. Movimiento de personas.

3. Clasificación del servicio a exportar:

A nivel internacional existen diferentes clasificaciones en materia de servicios, a continuación nombraremos algunas:

W120 de la Organización Mundial de Comercio (OMC) (Ver Anexo 1)

CPC de las Naciones Unidas (Ver Anexo 2)

EBOPS del Fondo Monetario Internacional. (Ver Anexo 3)

CIIU Clasificación Industrial Internacional Uniforme. (Ver Anexo 4)

4. Estudio del Mercado Objetivo.

Esta actividad implica investigar mercados potenciales de acuerdo al Servicio que se desee exportar, sus condiciones y exigencias. Es necesario analizar el comportamiento de la oferta y la demanda, el suministro local y el origen de las importaciones, además de esto es

necesario también analizar cuestiones culturales y comerciales y las condiciones de acceso las cuales se relacionaran con las pruebas de necesidad económica, prohibición de prestar los servicios a través de cualquiera de los modos de prestación, exigencia de presencia comercial, restricciones a la inversión extranjera y participación accionaria de las empresas, restricciones al ingreso de servicios profesionales y personas físicas, requerimiento de visa y necesidad de convalidación y homologación de títulos entre otros.

5. Prepararse para exportar Servicios:

Cuando se toma la decisión de exportar Servicios debemos tener en cuenta que lo que estamos exportando es intangible, por tal motivo, la preparación se debe orientar hacia generar confianza y credibilidad en el cliente potencial, demostrando capacidades, experiencias y habilidades, además contar con una imagen y reconocimiento mundial efectuando presentaciones publicas asimismo estar dispuesto a realizar alianzas estratégicas y entrar a ser parte de redes empresariales.

6. Registro como exportador mediante Clave Unica de Identificacion Tributaria:

Cualquier persona o empresa que va a ejercer la actividad exportadora, debe obtener el CUIT, ante la Asociación Federal de Ingresos Públicos (AFIP), y además estará obligado a operar bajo régimen común para adquirir la condición de exportador y/o usuario aduanero. Este documento se tramita en la página de internet de la Asociación Federal de Ingresos Públicos (AFIP) www.afip.gob.ar:

7. Adquiera la clave fiscal ¿Cómo obtener la clave fiscal?

Para tramitarla deber s in resar a la opci n solicitar cla e desde la p ãna principal de AFIP.



Ingresar tu número de CUIT/CUIL/CDI (sin guiones) y presionar el botón CONS LTAR

Solicitud de Clave Fiscal

Registro

Ingresá tu Número de CUIT/CUIL/CDI sin guiones

En esta página podrá inscribirse y solicitar por única vez su Clave Fiscal. Esta clave fiscal constará de un usuario y contraseña únicos para habilitarlo a realizar trámites electrónicos con la AFIP.

Para realizar este trámite deberá contar con un CUIT/CUIL/CDI habilitado. Opcionalmente podrá declarar un correo electrónico para ser contactado ante alguna eventualidad en su trámite.

1 CUIT/CUIL/CDI

CONSULTAR

De no contar con una Clave Fiscal anteriormente reistrada el sistema desplegará en el punto 1 el apellido y nombres registrados en la Base de Datos de AFIP para la CUIT/CUIL/CDI ingresada. Deberás verificar que estos datos sean correctos, y en el punto 2 podrás ingresar una dirección de correo, la que será utilizada para contactarte en caso de surgir algún inconveniente en la tramitación de la Clave Fiscal.

Para continuar deberás presionar el botón INGRESAR

Solicitud de Clave Fiscal

Registro

Corroborá tu Número de CUIT/CUIL/CDI y tu Apellido y Nombres

En esta página podrá inscribirse y solicitar por única vez su Clave Fiscal. Esta clave fiscal constará de un usuario y contraseña únicos para habilitarlo a realizar trámites electrónicos con la AFIP.

Para realizar este trámite deberá contar con un CUIT/CUIL/CDI habilitado. Opcionalmente podrá declarar un correo electrónico para ser contactado ante alguna eventualidad en su trámite.

1 CUIT/CUIL/CDI

2 Correo Electrónico

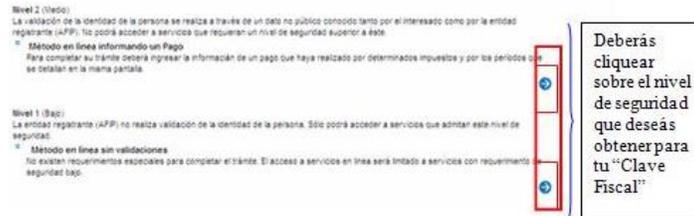
Apellido y Nombres

Ingresá una dirección de correo, para que te contacten en caso de surgir inconvenientes

INGRESAR LIMPIAR

Selección del nivel de Seguridad de la Clave Fiscal

Para tramitar su Clave Fiscal deberá clicar sobre la flecha del nivel de seguridad que necesitas para operar con tu Clave Fiscal para el Nivel de Seguridad 2 tienes dos formas de tramitarlo, deberás elegir el método cuyos datos puedas ingresar).



Nivel de Seguridad 1

Deberás completar los datos de la contraseña que elegís para tu clave fiscal y luego presionar el botón INGRESAR. La Clave Fiscal quedará registrada inmediatamente en el sistema.

Solicitud de Clave Fiscal

- Por favor, ingrese su contraseña.
- La misma deberá tener como mínimo 8 caracteres y un máximo de 10, de los cuales deberá incluir por lo menos 4 alfabéticos y 2 numéricos.
- Recuerde que el sistema diferencia mayúsculas de minúsculas.
- Recuerde las contraseñas que utiliza.
- No deje sus contraseñas a la vista ni disponibles para que otras personas las vean.
- Recuerde que su Clave Fiscal es PERSONAL. No entregue su contraseña a otras personas ni deje que otros realicen el trámite por Ud.
- En caso de extraviarla u olvidarla deberá solicitar un blanqueo de su clave.

1) Contraseña

2) Repetir Contraseña

Deberás ingresar la contraseña elegida, dos veces (una en cada campo)

INGRESAR **LIMPIAR**

Nivel de Seguridad 2

En caso de que el usuario elija como nivel de seguridad el medio, deberá ingresar un dato no público en conocimiento únicamente por la persona y esta Administración. Actualmente, se encuentra habilitada la siguiente opción:

Habilitación ingresando información de un Pago (Nivel de Seguridad 2)

Para comprobar la identidad de la persona, deberás ingresar todos los datos de un pago de ciertos impuestos (ver lista desplegable) realizado entre los últimos 6 meses y 10 años. Todos los datos del pago (Impuesto, Banco, Fecha, Periodo, Importe) son obligatorios.

Luego de completar la información requerida deberás presionar el botón **INGRESAR**

Solicitud de Clave Fiscal

Datos del Contribuyente

• CUT

• Apellido y Nombre

Validación de la identidad de la persona

1 Impuesto: -- Selección --

2 Banco: -- Selección --

3 Fecha: -- Selección --

4 Periodo: -- Selección --

5 Importe: (hasta seis enteros y dos decimales, separados por un punto)

Si desconoce el dato, podrá transferir la obtención de su clave fiscal directamente en los puntos habilitados por la AFIP mediante inscripción en la página web, o bien completar la información que el sistema le solicite, y concurrir a la dependencia AFIP con los formularios que la inscripción genere para su verificación (Form. RG 1343 y su modificatorias) en relación a la documentación que deba presentarse.

INGRESAR

Formato de ingreso: 6 enteros y dos decimales separados por un punto "123456.78"
(Ejemplo: 123456.78)

Selección

- Asalariado
- Monotributo
- Aportes de Seguridad
- Impuesto al Valor Agregado
- Bienes Personales
- Ganancias Personas Físicas
- Ganancias Personas Jurídicas

Selección

- ABN AMRO BANK N.V.
- AFIP Sede D
- AMERICAN EXPRESS BANK LTD S.A.
- BANCO BANCO DE CREDITO Y SEGURIZACION S.A.
- BANCO B.I. CREDITANSTALT S.A.
- BANCO BRANCO ARGENTINA S.A.
- BANCO CETELEM ARGENTINA S.A.
- BANCO COMAR S.A.
- BANCO COLUMBIA S.A.
- BANCO COMAR S.A.
- BANCO CREDITOOP COOPERATIVO LIMITADO
- BANCO DE CREDITOS S.A.
- BANCO DE FORMOSA S.A.
- BANCO DE GALICIA Y BUENOS AIRES S.A.
- BANCO DE INVERSION Y COMERCIO EXTERIOR S.A.
- BANCO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES
- BANCO DE LA NACION ARGENTINA
- BANCO DE LA PAMPA SOCIEDAD DE ECONOMIA MIXTA
- BANCO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES

8. Realizar alta de monotributo o régimen general IVA, ganancias o autónomos

Se debe realizar la inscripción ante la Administración Federal de Ingresos Públicos (**AFIP**) por cada impuesto, esta se puede hacer una vez que la persona ha obtenido la clave fiscal y CUIT, seguidamente sacar un turno en la página de la AFIP y acercarte a la dependencia más cercana.

Una vez que se obtiene el Monotributo, debemos saber que:

- Es una forma de pagar impuestos simplificada y de bajo costo para favorecer a los trabajadores independientes.
- Te permite emitir facturas, tener cobertura médica para vos y tu familia y acceder a una jubilación.

Emitir comprobantes electrónicos tipo E

Por medio de la Resolución General N° 3689 la Administración Federal de Ingresos Públicos ha establecido una norma complementaria a las Resoluciones Generales N° 2485 y N°2758, y sus respectivas modificatorias, disponiendo así un Régimen especial de emisión y almacenamiento electrónico de comprobantes originales que respalden operaciones de exportación de servicios.

En efecto, la norma establece el procedimiento que se deberá considerar para la emisión de Comprobantes Electrónicos que amparen operaciones de exportación de servicios, permitiendo la gestión, almacenamiento e intercambio de comprobantes por medios electrónicos o digitales sin necesidad de su impresión.

Capítulo III:

ACUERDOS Y BARRERAS COMERCIALES DE SERVICIOS DE ARGENTINA HACIA EL MERCOSUR.

En este capítulo abarcaremos la temática de cómo afectan, tanto positivamente como negativamente los procesos de cooperación e integración económica a la comercialización de servicios. Nombraremos tratados firmados en el Mercosur sobre este tema, para intentar dar una idea de la importancia que estos procesos tienen para la comercialización e intercambio de servicios a nivel global.

En el plano fáctico, no es posible ya separar bienes y servicios. Los productores y los exportadores no pueden ser competitivos si no tienen acceso a servicios eficaces en el ámbito de los servicios bancarios, seguros, contabilidad, telecomunicaciones y servicios de transporte. Esto es cierto tanto en los países industrializados como los países en desarrollo. En los mercados donde la oferta es insuficiente, la importación de servicios esenciales reviste la misma importancia que la importación de productos básicos. Las ventajas de liberalizar el comercio de servicios sobrepasan el propio sector y tiene consecuencias en todos los demás sectores económicos.

La exportación de servicios es un fenómeno habitual y cotidiano que ha venido expandiéndose en forma ininterrumpida, sin que hubiera un marco legal que lo regulara, a medida que la tecnología, los medios de transporte y las comunicaciones hacían cada vez más fácil el contacto entre personas y organizaciones.

Sin embargo, con el avance de los procesos de integración y apertura comercial, las naciones han puesto en marcha mecanismos de negociación destinados a remover los obstáculos legales que pueda haber para esas operaciones y facilitar cada vez más, desde lo jurídico, el libre comercio de servicios.

3.1 Acuerdo General sobre el comercio de servicios

El Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) por sus siglas en inglés, negociado en la Ronda Uruguay (1986-1994) constituye el primer y único instrumento de normas multilaterales que regulan el comercio internacional de servicios tal como lo señala la OMC.

Se trata de un acuerdo general, que abarca a todos los servicios, con un alto grado de flexibilidad. El AGCS ha catalogado los servicios agrupándolos en 12 sectores y 155 subsectores. Los servicios profesionales son considerados en la lista de clasificación sectorial de los servicios dentro del Sector 1.A.

Luego de las disposiciones generales, el AGCS incluye algunos aclaratorios para sectores específicos del comercio de servicios, tales como el movimiento de personas físicas, el transporte aéreo, los servicios financieros, el transporte marítimo y las telecomunicaciones.

Los principios básicos son los siguientes:

Se aplica el trato de la nación más favorecida a todos los servicios e cepto en el caso de las exenciones temporales inicialmente establecidas.

Se aplica el trato nacional en las es eras en ue se hayan contraído compromisos.

Se e i e transparencia en las re lamentaciones las ue deben ser ob eti as y razonables.

Se debe procurar ue los pa os internacionales no tengan restricciones en condiciones normales

Los compromisos se negocian y se consolidan.

Se busca la liberalizaci n pro resi a mediante nue as ne ociaciones.

A diferencia del comercio de mercancías, en el comercio de servicios no existen aranceles, y la clave de la liberalización está en disminuir o eliminar el efecto restrictivo o discriminatorio de las regulaciones que afectan a este comercio. Así como en el comercio de bienes las preferencias entre los países se conceden mediante menores tasas arancelarias frente a las concedidas a terceros, en servicios las preferencias se otorgan flexibilizando el nivel de esas regulaciones.

La consolidación de los compromisos en materia de servicios, al igual que la de los aranceles en el caso del comercio de mercancías, implica que únicamente pueden ser modificados tras celebrar negociaciones con los países afectados. Esta dificultad para revertir los compromisos contraídos es la garantía que tienen los proveedores extranjeros de que las condiciones de acceso al mercado no variarán en un plazo razonable.

3.2 Principales países exportadores de servicios

Estados Unidos lideró la lista de los principales exportadores de servicios comerciales en 2017, con 762,000 millones de dólares, informó la Organización Mundial de Comercio (OMC).

Las siguientes posiciones fueron ocupadas, en orden descendiente, por: Reino Unido, Alemania, Francia, China, Países Bajos, Irlanda, Japón, India y Singapur. Según la OMC, el comercio mundial de servicios comerciales experimentó una fuerte expansión en 2017 tras dos años de crecimiento débil o negativo.

Puesto	Exportadores	Valor	Variación porcentual anual	
1	Estados Unidos de América	762	14,5	3,8
2	Reino Unido	354	6,7	4,9
3	Alemania	296	5,6	7,0
4	Francia	249	4,7	5,5
5	China ^a	226	4,3	8,7
6	Países Bajos	216	4,1	15,6
7	Irlanda	182	3,5	19,6
8	Japón	180	3,4	6,7
9	India ^b	179	3,4	11,0
10	Singapur	165	3,1	4,3
11	España	137	2,6	8,0
12	Suiza	122	2,3	4,0
13	Bélgica	113	2,2	1,8
14	Italia	110	2,1	10,4
15	Hong Kong, China	104	2,0	5,3
16	Luxemburgo	102	1,9	6,5
17	Corea, República de	86	1,6	-8,0
18	Canadá	86	1,6	5,8
19	Tailandia	75	1,4	11,7
20	Suecia	73	1,4	2,4
21	Emiratos Árabes Unidos ^c	70	1,3	7,5
22	Australia	65	1,2	13,5
23	Dinamarca	64	1,2	7,0
24	Austria	64	1,2	5,0
25	Federación de Rusia	58	1,1	15,9
26	Polonia	57	1,1	14,8
27	Taipei Chino	45	0,9	9,0
28	Israel	44	0,8	11,1
29	Turquía	44	0,8	17,4
30	Macao, China ^d	38	0,7	16,2
Total de las economías enumeradas		4.365	83,1	-
Todo el mundo		5.252	100,0	7,4

Las exportaciones totales de servicios comerciales se incrementaron más de un 7% en el último período, y los servicios de transporte, con una tasa del 8%, crecieron a un ritmo superior a la media mundial. La categoría más débil de exportaciones de servicios fue la de servicios relacionados con las mercancías, que aun así registró un aumento del 5 por ciento.

No hubo cambios en la clasificación de los cinco principales exportadores de servicios comerciales si se contabiliza por separado a los países miembros de la Unión Europea (UE), mientras que en la de los importadores el Reino Unido pasó del 6° al 5° puesto.

Tampoco hubo cambios en las clasificaciones de exportación o importación si se considera a la Unión Europea como una única entidad y se excluye su comercio interno.

En las clasificaciones mundiales de exportación, los Emiratos Árabes Unidos pasaron a ocupar un puesto mucho más alto (12° en 2017, excluido el comercio interno de la UE) que los indicados anteriores, pero ello se debió a revisiones de los datos más que a un aumento de las exportaciones.

Las importaciones de los Emiratos Árabes Unidos fueron también considerablemente mayores. Por consiguiente, las clasificaciones de los países en cuanto al comercio de servicios comerciales no son totalmente comparables con las de años anteriores

3.3 Acuerdos entre Argentina y países del MERCOSUR

Argentina en 2017 firmó con Brasil la eliminación de la doble tributación por la exportación de servicios, y además firmó con Colombia el acuerdo para eliminar los aranceles en el comercio bilateral de vehículos.

Estos acuerdos son muy importantes ya que abren nuevos mercados y oportunidades para nuestras Pymes, las verdaderas protagonistas del desarrollo no sólo de la Argentina, sino de todo el bloque regional ².

² Francisco Cabrera, titular de la cartera de Producción

A través de la Ley 27441 y el Decreto 479/2018 se aprueba el protocolo de enmienda al Convenio entre Argentina y Brasil para evitar la doble imposición, lo que quiere decir que gracias a este convenio se establecerá la eliminación de la doble imposición tributaria con Brasil para empresas de servicios con sede en Argentina.

A lo que apunta a beneficiar a unas 46 mil empresas nacionales, que ofrecen servicios basados en conocimiento y que exportan a Brasil, a que no estén obligadas al pago del mismo impuesto a los fiscos de los dos países.

Cabe destacar que cuando hablamos de servicios basados en conocimiento se refiere a empresas que ofrecen servicios contables, legales, arquitectura, ingeniería, audiovisual, publicidad, informática, entre otros rubros. Todos los nombrados anteriormente son una de las formas de exportación de gran valor agregado ya que generan empleo, impulsan la innovación y el desarrollo tecnológico.

Es así que al tener la eliminación de la doble tributación, a los argentinos que exporten servicios a Brasil podrán descontar lo que pagan por Ganancias, y evitar el pago del gravamen a los dos fiscos, y así ganar mayor competitividad.

Es importante destacar que el tercer rubro de exportación Argentina, luego de las oleaginosas y de la industria automotriz, lo constituyen los servicios basados en conocimiento, que representan el 7,2% del total de exportaciones anuales.

Las últimas cifras de los dos años atrás son: en 2016 la industria exportó servicios por más de US\$ 5000 millones y en 2017 más de US\$ 5300 millones. Lo que quiere decir que a través del tiempo se van exportando más estos servicios y que gracias a los acuerdos logrados se puede llevar un crecimiento y desarrollo para los países que lo integran.

CONCLUSIÓN:

A modo de conclusión quiero mencionar el crecimiento progresivo de las exportaciones de servicios en Argentina lo cual resulta muy importante porque esta actividad contribuye de manera significativa a la creación de nuevos empleos, y de desarrollo en general, al mismo tiempo de explotar las áreas de conocimiento que tiene cada uno de los Argentinos. Teniendo en cuenta el capital humano talentoso y capaz de generar servicios competitivos en el exterior.

Podemos sostener nuestra hipótesis: La exportación de servicios se convertirá en un factor fundamental para el crecimiento de la economía Argentina en un lapso de 5 años.

Es totalmente posible que las exportaciones de servicios sean uno de los factores fundamentales y más importantes para el crecimiento de la economía del país, según los índices económicos, cada año aumenta de manera significativa, por ello consideramos importante invertir en educación para generar recursos propios que permitan el crecimiento del sector de exportación de servicios al exterior, con su producción tanto en el mercado interno para luego ser exportado, o también producido en el mercado externo por profesionales argentinos, y al mismo tiempo generar más de 75.000 puestos de trabajo en los próximos 5 años.

Una de las estrategias para lograr incentivar el comercio de servicios es por medio de la educación y el análisis de la población, identificando las necesidades para cada uno de los consumidores y posteriormente identificando el tipo de servicio al que apuntaría dependiendo cada caso.

Anexos

Anexo 1

La **lista de clasificación sectorial de servicios (W / 120)** es una lista exhaustiva de los sectores y subsectores de servicios cubiertos por el AGCS. Fue compilado por la OMC en julio de 1991 y su propósito era facilitar las negociaciones de la Ronda Uruguay, asegurando la comparabilidad entre países y la consistencia de los compromisos asumidos. Los 160 subsectores se definen como un agregado de las categorías más detalladas contenidas en la Clasificación Central de Productos (CPC) provisional de las Naciones Unidas.

LISTA DE SECTORES

- Servicios a empresas y servicios profesionales.
 - Servicios de contabilidad
 - Servicios de publicidad
 - Servicios de arquitectura e ingeniería.
 - Informática y servicios relacionados.
 - Servicios jurídicos
- Servicios de comunicación
 - Servicios audiovisuales
 - Correos y mensajería, servicios de correo urgente.
 - Telecomunicaciones
- Construcción y servicios relacionados.
- Servicios de distribución
- Servicios de educación
- Servicios energéticos
- Servicios ambientales
- Servicios financieros
- Servicios sociales y de salud.
- Servicios turísticos

- Servicios de transporte
 - Servicios de transporte aereo
 - Servicios de transporte terrestre
 - Servicios de transporte marítimo
- Servicios auxiliares a todos los modos de transporte.

Anexo 2

El Sistema de Codificación Común de las Naciones Unidas (UNCCS) para Bienes y Servicios fue desarrollado sobre la base del sistema de Clasificación Central de Productos (CPC), el cual fue creado por la Oficina de Estadísticas de la ONU. El CPC fue desarrollado para proveer un marco de comparación internacional de estadísticas sobre bienes, servicios y activos, y es uno de los pocos sistemas de codificación que abarcan tanto bienes como servicios. A ello se agrega que el sistema está estrechamente vinculado con otros de clasificación internacional, tales como el Sistema Armonizado (HS) y la Clasificación Estándar Internacional de Comercio (SITC). OSIA utilizó a la CPC como el cimiento sobre el cual construir el UNCCS y, en general, las secciones, divisiones y grupos de este último guardan relación con los de aquella. Sin embargo, un dígito extra fue agregado, para hacer un código de seis cifras, a diferencia del de cinco de la CPC, de manera de abarcar una gama mucho más amplia de bienes y servicios.

El sistema ha sido diseñado como una herramienta práctica para el abastecimiento y para otras actividades relacionadas y para facilitar:

La simplificación de los reportes estadísticos

El intercambio de información sobre fuentes de suministro

El desarrollo de una base de datos común de proveedores de fuentes de aprovisionamiento verificadas

El UNCCS para Bienes y Servicios ha sido adoptado por la mayor parte de las Organizaciones miembros del sistema de las Naciones Unidas. Además, sus correlativos han sido desarrollados con HS, SITC y CPV (Vocabulario de Abastecimiento de la

Comunidad), desarrollados por la Comisión Europea y por el sistema de codificación de la OTAN.

El Sistema de Codificación Común de las Naciones Unidas (UNCCS) de Bienes y Servicios otorga un código numérico de seis dígitos para cada uno de los aproximadamente 18.000 rubros diferentes.

La estructura de los códigos es jerárquica y la codificación, solamente decimal. La clasificación consiste en secciones (códigos de un dígito), divisiones (códigos de dos dígitos), grupos (códigos de tres dígitos), clases (códigos de cuatro dígitos) y subclases (códigos de cinco o seis dígitos).

Los códigos para las secciones van de 0 a 9, y cada sección puede ser dividida en nueve divisiones. En el tercer dígito del código, cada división puede, por su parte, ser dividida en nueve grupos, los cuales pueden, a su vez, ser divididos en nueve clases y luego, nuevamente, en noventa y nueve subclases.

Las secciones 0 a 4 se refieren a bienes (equipamiento), mientras que las 5 a 9 lo hacen a servicios profesionales. En teoría, esto permite abarcar 295.245 tipos de bienes y 295.245 tipos de servicios.

El código de seis dígitos asignado a una subclase determinada o ítem, debe ser leído como se indica a continuación:

X00000: El primer dígito identifica la sección de la cual se trata

XX0000: El primero y el segundo dígito, considerados juntos, indican la división;

XXX000: Los primeros tres dígitos identifican al grupo;

XXXX00: Los primeros cuatro dígitos indican la clase;

XXXXXX: Los dígitos finales indican la subclase o ítem.

En los casos en los que un determinado nivel de clasificación no está subdividido, se utilizan ceros en la posición del siguiente nivel más específico.

Anexo 3

Debido a la creciente importancia del comercio internacional de servicios y, como consecuencia de ello, de las cada vez mayores necesidades y demandas de información, diversos organismos internacionales consideraron oportuno establecer una clasificación más detallada que la de la Balanza de Pagos de Servicios. Como resultado, la OCDE y EUROSTAT, en colaboración con el Fondo Monetario Internacional (FMI), crearon la denominada Clasificación Ampliada de la Balanza de Pagos de Servicios (o en sus siglas en inglés, EBOPS). Como su nombre indica, la principal característica de esta clasificación es ofrecer un mayor desglose para ciertas rúbricas de la Balanza de Pagos de Servicios.

Lo que hace la EBOPS es ofrecer una mayor desagregación de algunas de las rúbricas de la Balanza de Servicios. En este sentido, destaca el desglose mostrado por la EBOPS para la rúbrica de otros servicios empresariales, que cada vez tiene una mayor importancia en las transacciones internacionales de servicios.

Anexo 4

La Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) es un sistema de clasificación, mediante códigos, de las actividades económicas, según procesos productivos. Permite la rápida identificación, en todo el mundo, de cualquier actividad productiva.

En primer lugar, la clasificación se efectúa por sectores. Así, la clasificación A corresponde a la Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura; B a la Pesca; C a la Explotación de Minas y Canteras; D a las Industrias Manufactureras; E al Suministro de Electricidad, Gas y Agua; F a la Construcción; G al Comercio al Por Mayor y al Por Menor; H a Hoteles y Restaurantes; I a Transporte, Almacenamiento y Comunicaciones; J a Intermediación Financiera; K a Actividades Inmobiliarias, Empresariales y de Alquiler; L a Administración Pública y Defensa; M a Educación; etc.

Seguidamente, la clasificación continúa en divisiones. De esta manera, la Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura está compuesta por la División 01 (Agricultura, Ganadería, Caza y Actividades de Servicios Conexas de la Agricultura) y la División 02 (Silvicultura, Extracción de Madera y Actividades Conexas). La Explotación de Minas y Canteras, por su

parte, está compuesta por cinco divisiones (de la 10 a la 14); y la Industria Manufacturera por veintitrés (de la 15 a la 37).

Luego, la clasificación se hace más específica. Así, la División 01 se divide en diversos rubros. Por ejemplo, el rubro 011 es el de Producción Específicamente Agrícola; el rubro 012 es el de Producción Específicamente Pecuaria; y el rubro 013 de Actividad Mixta (Agrícola y Pecuaria).

Por último, se llega al nivel más específico, el de los subrubros. De acuerdo a ello, el rubro 011 se subdivide en los subrubros 0111 (Producción Especializada del Café); 0112 (Producción Especializada de Flor de Corte Bajo Cubierta y al Aire Libre); 0113 (Producción Especializada de Banano); y así sucesivamente.

Por ejemplo, si se desea averiguar la clasificación CIU de la producción de cerveza, se le puede ubicar en el sector D (Industrias Manufactureras), División 15 (Elaboración de Productos Alimenticios y Bebidas), Rubro 159 (Elaboración de Bebidas) y Subrubro 1593 (Producción de Malta, Elaboración de Cervezas y Otras Bebidas Malteadas).

BIBLIOGRAFÍA

Libros generales:

- Código Aduanero

Curso:

- Aspectos básicos de la importación y exportación de productos y servicios. Cámara Argentina de Comercio y Servicios.

Páginas de internet

- http://flasco.org.ar/wp-content/uploads/2014/10/El-nuevo-mundo-de-las-exportaciones-FLA_OMC_17.pdf
- <https://www.cronista.com/negocios/La-exportacion-de-servicios-ya-esta-tercera-en-el-ranking-de-ventas-argentinas-al-exterior-20150521-0010.html>
- http://www.cac.com.ar/data/documentos/1_CAC%20Las%20exportaciones%20argentinas%20-%20Evoluci%C3%B3n%20reciente%20y%20caminos%20para%20su%20expansi%C3%B3n.pdf
- <http://www.buenosaires.gob.ar/economia/finanzas/comercioexterior/puente-global/paso-1-por-que-exportar-servicios>
- <http://www.afip.gob.ar/cf/>
- <http://www.un.org/es/procurement/info/unccs.shtml>
- <https://www.produccion.gob.ar/2017/07/12/simplifican-tramites-para-exportar-servicios-de-conocimiento-62817>
- <https://www.canal.ia/19650-Como-impulsar-la-exportacion-de-servicios-basados-en-el-conocimiento.html>
- https://www.extenda.es/catedras/descargas_generales/estudios/ext/manual_comercio_internacional_final.pdf
- <http://consultasfinancierasypresarias.blogspot.com/2007/12/qu-es-un-ciiu.html>
- https://www.indec.gob.ar/nivel4_default.asp?id_tema_1=3&id_tema_2=2&id_tema_3=40