



**ITC**

Your partner  
in trade  
development

## *Exportar servicios con éxito*

Sección de Comercio de Servicios



*G1*

**ITC**

Your partner  
in trade  
development

*Promover las  
exportaciones de  
servicios de su país*



- **La ausencia de datos estadísticos precisos del comercio crea la impresión que los países en desarrollo y los PMA no exportan otros servicios salvo:**
  - Turismo
  - Servicios de transporte



**Consecuencias de estos conceptos erróneos:**

**Los exportadores de servicios de los países en desarrollo y los PMA se topan con cierta desconfianza**



## **3 aspectos:**

- **Darse a conocer como un proveedor de servicios de calidad**
- **Promover a los proveedores locales entre los inversionistas extranjeros**
- **Recolectar estadísticas sobre la exportación de servicios**



*Darse a conocer como  
proveedor de servicios de  
calidad*



## **Promover a los proveedores locales entre los inversionistas extranjeros:**

- Infraestructura de servicios competitivos
- Los inversionistas extranjeros satisfechos pueden avalar los servicios locales en persona
- Identificar y tratar los obstáculos existentes al uso de empresas locales de servicios por parte de inversionistas extranjeros



## Ejemplos de “otros” servicios de exportación

- Servicios legales y de contabilidad
- Servicios de informática e Internet
- Servicios educativos y de capacitación
- Servicios relacionados con la salud
- Servicios de comunicación
- Servicios financieros



# Manual de referencia

“Manual sobre estadísticas del comercio internacional de servicios” de la Oficina de Estadísticas de las Naciones Unidas

[http://unstats.un.org/unsd/tradeserv/  
manual.htm](http://unstats.un.org/unsd/tradeserv/manual.htm)



# Estadísticas del comercio de servicios

- Educar a los exportadores de servicios sobre qué constituye una exportación de servicios
- Colaborar con asociaciones profesionales para reunir datos sobre el comercio de servicios
- Crear datos comparables utilizando metodologías internacionales



## Referencias en Internet

- FMI: [www.imf.org](http://www.imf.org)
- OCDE: [www.oecd.org](http://www.oecd.org) (portal de estadísticas)
- UNSO: [www.un.org/Depts/unsd](http://www.un.org/Depts/unsd)



**Recuerden ...**

**Sus compañías de servicios ya están exportando.  
¡Con su apoyo podrían tener más éxito!**



**G2**

**ITC**

Your partner  
in trade  
development

***Apoyar a los exportadores  
de servicios***



# Exportación de Servicios

- No hay muestras tangibles
- Se vende una promesa
- Diferentes necesidades de información
- Trabajar con los medios de comunicación



## Cuatro aspectos de las actividades de apoyo comercial

- Proporcionar información de mercado pertinente
- Planificar la promoción de la exportación nacional
- Usar las normas internacionales de garantía de calidad
- Fortalecer las asociaciones nacionales de las industrias nacionales de servicios



## Proveer información comercial pertinente

- Requisitos para las visas temporales para viajes de negocio.
- Principales asociaciones de la industria de servicios o de comercio.
- Lugares para darse a conocer y establecer contactos.
- El papel del gobierno en la prestación de los servicios.



## Proveer información comercial pertinente (2)

- Planes para tercerizar (“delocalización/ outsource”) los servicios empresariales.
- Presencia de inversionistas extranjeros que “outsource” servicios comerciales “business services”.
- Requerimientos respecto a credenciales profesionales.
- Opciones para establecer una mini-oficina.



## Proveer información comercial pertinente (3)

- La calidad de la infraestructura de las telecomunicaciones.
- Los factores culturales que influyen en las prácticas comerciales.
- Las mejores formas para conocer a socios potenciales.



# Plan nacional de promoción de exportación de servicios



# Usar normas internacionales de garantía de calidad



# Fortalecer las asociaciones nacionales de la industria de servicios



## Ejercicio

- ¿Qué clase de servicios están involucrados en la exportación?
- ¿Qué asociaciones podrían estar involucradas?
- ¿Quién sería el que adjudicaría el contrato?
- ¿Qué pasos podrían iniciar ustedes para que le adjudiquen el contrato a sus empresas de servicios?



## Recuerden...

**Si quieren aumentar las ganancias por exportaciones de servicios, tienen que proporcionar el tipo de apoyo que sea significativo para sus exportadores de servicios.**



**G3**

**ITC**

Your partner  
in trade  
development

***Alinear sus políticas  
Para apoyar la  
exportación  
de servicios***



**¿Cuánto más podría  
acelerarse el crecimiento económico si los  
servicios contaran con el apoyo de políticas  
adecuadas?**



## **El Artículo VI del GATS especifica que los reglamentos internos:**

- Deben basarse en criterios objetivos y transparentes
- No deben ser más onerosos que lo necesario
- En el caso de los trámites de permisos, no deben ser en sí una restricción a la oferta del servicio.



## 3 Aspectos:

- Principios para revisar las políticas
- Competencia de las agencias gubernamentales
- Financiamiento la exportación de servicios



# Principios para revisar las políticas



## Principios:

- Asegurar un enfoque neutral con respecto al desarrollo de las políticas
- Asegurar un enfoque neutral respecto al tamaño de las empresas
- Asegurar un enfoque neutral respecto a la configuración de incentivos
- Asegurar un enfoque neutral respecto a la ubicación



## 5 tipos de políticas:

- Políticas de competitividad
- Incentivos
- Políticas para el desarrollo de competencias y capacidad exportadora
- Políticas que comprenden el marco legal
- Políticas de las normas que rigen la práctica



## Temas sobre políticas

- La necesidad de contar con niveles mínimos de calidad y acceso garantizados para insumos críticos
- La necesidad de poder cruzar las fronteras fácilmente y sin necesidad de visas para los proveedores de servicios
- La necesidad de que exista el mutuo reconocimiento de credenciales profesionales
- La necesidad de poder acceder a trabajadores debidamente capacitados



## Temas sobre políticas (2)

- La necesidad de contar con una mayor flexibilidad
- La necesidad de desarrollar soluciones creativas
- La garantía que se usarán criterios objetivos
- La necesidad de que las empresas de servicios locales tengan acceso a las convocatorias para las licitaciones públicas



# Competencia del gobierno con los exportadores de servicios



## ¿Por qué los gobiernos exportan servicios?

- Generar los ingresos que se necesitan
- Asistencia de gobierno a gobierno
- Exportar capacidades técnicas en competencia directa con sus propias empresas de servicios del sector privado



# Enfrentando los retos al financiamiento de las exportaciones



# Existen ciertas limitaciones en el credito a las empresas de servicios profesionales



## ¿Cómo puede ayudar el Gobierno?

- Trabajar con los bancos comerciales para que estén dispuestos a aceptar cuentas por cobrar como garantía
- Mejorar el acceso a las ganancias retenidas



**Recuerden...**

**Asegurar que sus políticas apoyen a los exportadores de servicios es una buena práctica -  
¡y puede aumentar sus ganancias en divisas!**



*G4*

**ITC**

Your partner  
in trade  
development

# **Identificar oportunidades de mercado**



**Las nuevas oportunidades de ser el “primero en el mercado” vienen y se van en menos de dos meses**



## Ciclo de vida del servicio

- Crear un nuevo servicio no susceptible al precio
- Adaptar un servicio consciente de la calidad
- Servicios de producción susceptibles al precio
- Servicios especialmente complementarios o adaptados



**Las quejas son la mejor forma de inteligencia de mercado para las empresas de servicios.**



*G5*

**ITC**

Your partner  
in trade  
development

Representar los intereses de  
sus exportadores de servicios  
en las negociaciones  
comerciales



**ITC**

Your partner  
in trade  
development

# **Comprendiendo mejor el Acuerdo General sobre Comercio de Servicios (ACGS / GATS)**



## Los Objetivos del AGCS/ GATS

- Expansión del comercio de servicios
- Liberalización progresiva a través de negociaciones continuas
- Participación creciente de países en desarrollo
- Motivar a los países miembros a establecer « listas de compromisos » para sectores en los que ofrece liberar su mercado interno



## Cobertura del AGCS/ GATS

- Cubre tanto al servicio como al proveedor del servicio
- Cubre 4 modalidades de prestación
- El acceso al mercado y el tratamiento nacional son únicamente concedidos en base al respectivo sector
- Compromisos de transparencia
- La regulación interna juega un papel clave en la liberación del comercio



## Servicios cubiertos por el ACGS/GATS

- Servicios empresariales
- Comunicación
- Construcción
- Distribución
- Educación
- Servicios concernientes al medio ambiente
- Servicios de salud
- Servicios financieros
- Turismo
- Servicios recreativos, culturales y deportivos
- Transportes
- Otros servicios



# Modalidades en la comercialización de servicios

1. Transfronteriza
2. Consumo exterior
3. Presencia Comercial
4. Movimiento de las personas



## 1. Transfronteriza:

- Solo cruza la frontera el servicio propiamente dicho.
  - Por ejemplo, una investigación de mercado enviada electrónicamente, la investigación y desarrollo, o procesamiento de datos en el extranjero



## 2. Consumo en el exterior:

- Donde el consumidor extranjero viaja a donde está el proveedor.
  - Por ejemplo, el turismo, o capacitación ejecutiva impartida aquí a extranjeros, o servicios de apoyo empresarial para empresas extranjeras en su país.



### 3. Presencia Comercial:

- Donde la compañía extranjera establece una oficina en este país.
  - Por ejemplo, oficinas de los proyectos de construcción.



## 4. Movimiento de personas naturales:

- Donde el proveedor del servicio viaja a un país extranjero.
  - Por ejemplo, servicios de consultoría gerencial in situ, o yo que estoy aquí para impartir esta capacitación.



# Abordar el tema de la emisión de visas temporales para viajes de negocios



## Los empresarios de servicios viajan para:

- Asistir a conferencias y seminarios para su desarrollo profesional y para establecer contactos.
- Hacer presentaciones en conferencias y para clientes potenciales.
- Reunirse con clientes potenciales para finalizar contratos.
- Reunirse con clientes para rendir informes sobre el avance de un contrato.
- Reunirse con clientes para entregar parte o todo el servicio contratado (por ejemplo, un seminario de capacitación).



## Actividades Utiles:

- Usar el Kit de Consultación AGCS/GATS
  - [http://www.intracen.org/serviceexport/sehp\\_tools.htm](http://www.intracen.org/serviceexport/sehp_tools.htm)
- Abordar los problemas del ingreso temporal de personas.
- Formular los requerimientos y ofertas.



## Preguntas básicas:

- ¿Cuáles son los mercados de exportación que son de mayor interés para sus exportadores de servicios?
- ¿Qué tipos de barreras enfrentan ellos? ¿Qué les serviría a ellos de ayuda?
- ¿Cuáles son los servicios que ya están siendo exportados con éxito?
- ¿Cuáles son los servicios que ya están siendo exportados con éxito?



## Los gobiernos pueden ayudar:

- Negociando los requerimientos de visas de entrada sobre una base bilateral
- Facilitando la capacidad de agilizar el paso de personas que viajan por negocios en los aeropuertos nacionales que son “hubs” regionales



# *Formular demandas y ofertas*



## Elementos a considerar:

- Revisión de la lista existente
- Inventario de los servicios exportables en el país y aun no incluidos en la lista de negociación
  - Determinación de servicios que pudieran ser incluidos en nuevas listas de negociación
- Concertación entre todos los actores
- Arbitrajes eventuales
- Establecimiento de estrategias de negociación
- Tácticas de negociación



## Ejemplos de demandas y ofertas:

- Eliminar los requerimientos de que exista una presencia local
- Eliminar los requerimientos de que se retengan impuestos en la fuente.
- Establecer mecanismos de mutuo reconocimiento a las credenciales profesionales.



***Recuerden:  
Si no representan los intereses comerciales  
de sus exportadores de servicios,  
¿quién lo hará?***



# **Pensando estratégicamente: la necesidad de desarrollar estrategias nacionales de exportación**



***Como introducción....***

**¿Porqué es ahora tan importante**

**formular estrategias comerciales**

**e integrarlas en los planes nacionales?**



# Evolución del ambiente comercial

- Economía Política
  - dependencia — independencia — **interdependencia**
- Empresas
  - producción — marketing — **organización**
- Estrategias
  - estabilidad — competencia — **globalización**



## ¿Qué es estrategia?

- El proceso de establecer una visión coherente y objetivos a largo plazo para una empresa o sector, un resultado de:
  - el análisis de las fortalezas de una empresa (o sector), debilidades, oportunidades y amenazas, seguido por:
  - las acciones dirigidas a mejorar la posición actual y potencial de mercados de la empresa (o sector).
- La formulación eficaz de la estrategia implica:
  - La coordinación de procesos e iniciativas entre las instituciones del sector público y privado.
  - La gerencia de la relaciones institucionales y del cambio ambiental.

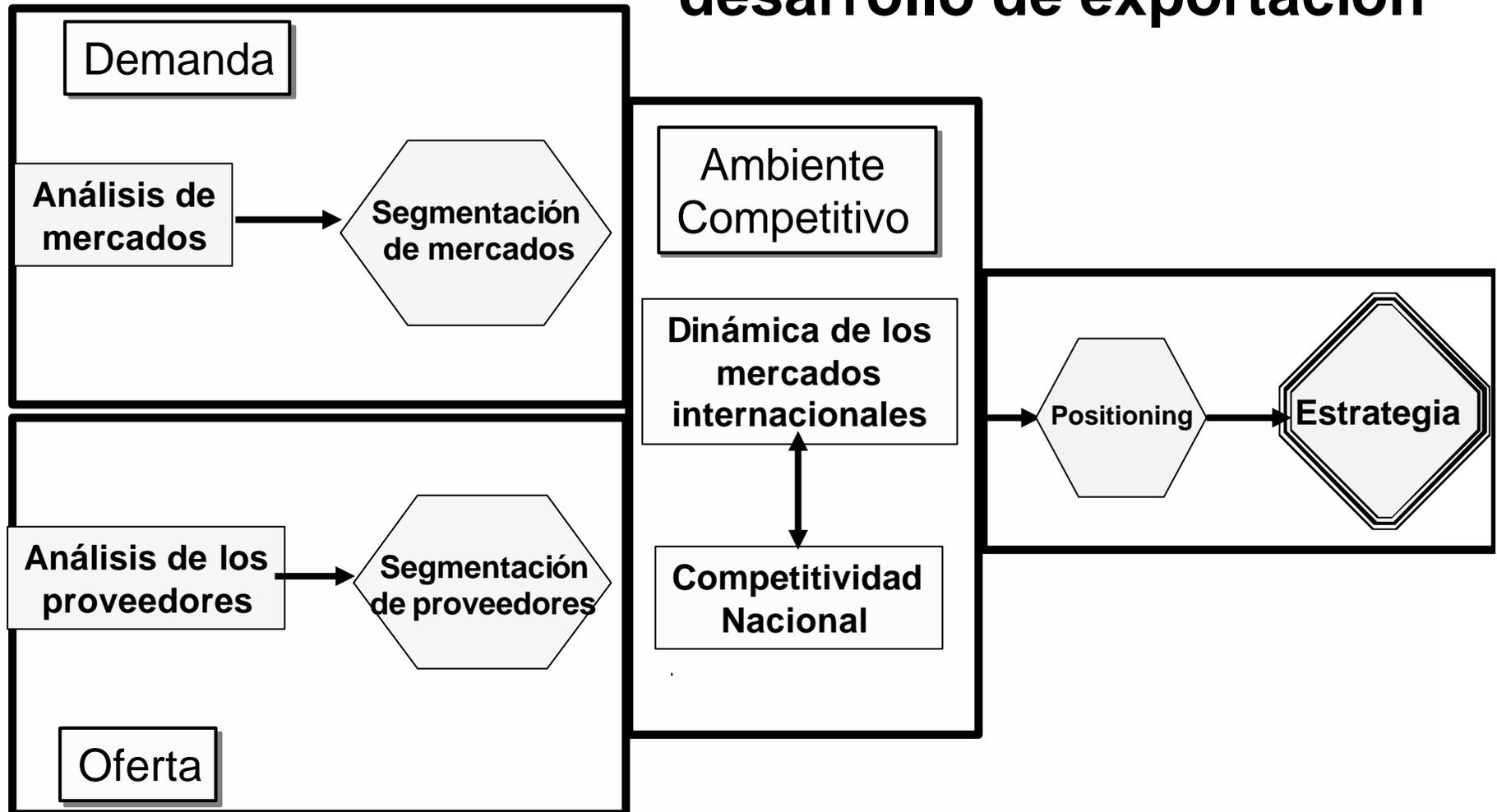


## Estrategias nacionales o sectoriales?

- Un plan nacional involucra gran número de sectores productivos e instituciones
  - más completo e integrado
  - altos « costos » de coordinación
  - más difícil llegar a acuerdos
- Un plan sectorial es mejor adaptado a las necesidades específicas del sector
  - involucra menos instituciones
  - menos coordinación necesaria
  - más efectivo desde el punto vista de la empresa



# Estrategia nacional del desarrollo de exportación





## Evaluación de la demanda

- ¿Dónde están los consumidores extranjeros?
- ¿Qué están pidiendo los consumidores extranjeros?
- ¿Qué podrían querer los consumidores extranjeros?
- ¿Qué tipos de mercados hay? Segmentación
  - en cuanto a precio, calidad, etc.
- ¿Cuáles son los segmentos de interés para nuestros exportadores?
  - nichos explotables y tamaño de mercado



## Evaluación de la oferta

- ¿Quiénes son nuestros proveedores?
  - encuesta, pesquisa informal, información anecdótica, etc.
- ¿Qué servicios podemos ofrecer?
  - ¿a qué nivel de precio, cantidad y/o calidad?
  - posible mejoración de la oferta exportable
- ¿Cómo se clasifican nuestros proveedores en relación al tipo de servicio y el nivel?
  - ¿es necesario segmentar a los proveedores para mejor enfocar la demanda internacional?



## El ambiente competitivo

- Incorporar la síntesis de la evaluación de la oferta y la demanda dentro del contexto nacional
  - Estructuras institucionales y económicas
  - Infraestructura física
  - Recursos humanos e imperativos políticos
- Considerar la dinámica de los mercados internacionales
  - barreras comerciales existentes
  - tendencias económicas
  - posibilidades de cooperación a nivel inter-gubernamental



## Los roles del gobierno y el sector privado

- Del gobierno:
  - moderar la formulación estratégica,
  - proveer los recursos críticos necesarios a escala nacional
  - representar los intereses nacionales en las instancias internacionales
- Del sector privado:
  - contribuir su conocimientos específicos del sector a la discusión
  - desarrollar los recursos a la medida de su alcance
  - establecer lazos cooperativos con sectores similares en el extranjero



## Las instancias de discusión

- Grupos de trabajo analíticos
- Comités de discusión multi-funcionales y/o multi-institucionales
  - ministerios, asociaciones, proveedores de apoyo
  - diferentes niveles
  - necesario discutir al nivel más operativo posible
- La coalición de servicios...



## Los « equipos » de formulación estratégica

- Equipos encargados de plasmar las conclusiones y los planes estratégicos
  - Al más alto nivel: ministro o vice-ministro, líderes sectoriales, gerentes generales, etc.
  - En otros niveles: personal técnico operativo
- Concepto de discusión y decisión estilo « pirámide »



## ¿Y a nivel empresarial?

- La estrategia individual de las empresas debe ser planeada e implementada por las empresas, en cooperación con sus asociaciones de apoyo.
- Es importante, sin embargo, que el sector gubernamental comprenda el tipo de elementos que conlleva un plan de exportaciones a nivel empresarial



## ¿Qué es un plan de exportaciones?

- Las acciones destinadas a aprovechar las fortalezas internas de la empresa y las oportunidades que ofrecen los mercados internacionales:
  - Considerando fortalezas y debilidades de la empresa
  - Identificando las oportunidades y amenazas en los mercados
  - Proponiendo una estrategia y tiempo de implementación
  - Especificando las acciones a tomar
  - Integrando la estrategia sectorial de exportaciones

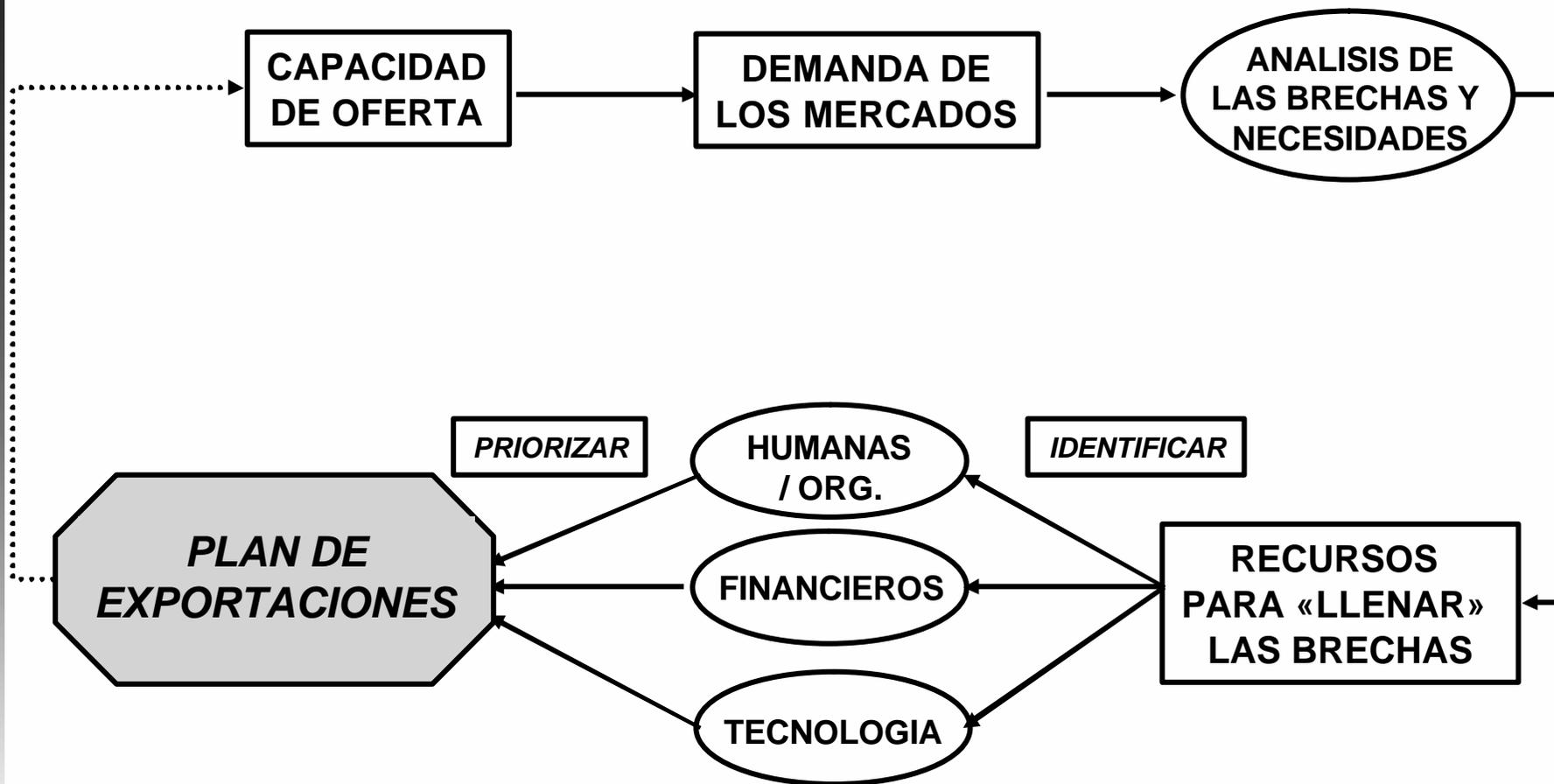


## Elementos de un plan de exportación:

- Evaluación
  - Capacidad de oferta (recursos internos)
  - Requerimientos del mercado (externos)
- Identificación de « brechas »
  - Recursos necesarios
  - Mejoras organizacionales
- Priorización de las acciones y tiempo de implementación
  - Escribir un plan de importaciones



# El plan de exportaciones

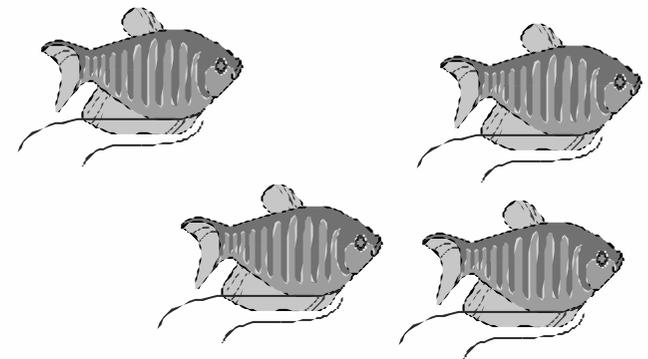
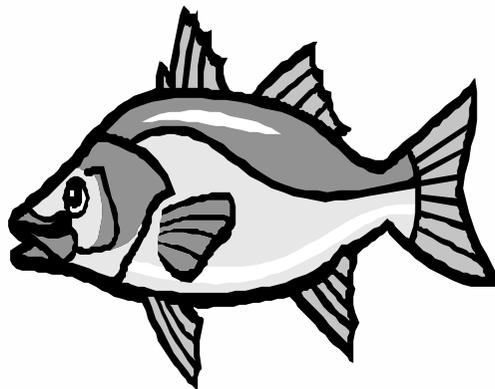




**En el pasado el pez grande se comía a los peces pequeños**

**Ahora el pez rápido se come al pez lento.**

**Se reproducen y dispersan por todos lados, tanto en el Norte como en el Sur.**





# **Sección de Comercio de Servicios**

**ITC**

Your partner  
in trade  
development

[www.intracen.org/serviceexport](http://www.intracen.org/serviceexport)

[services@intracen.org](mailto:services@intracen.org)