

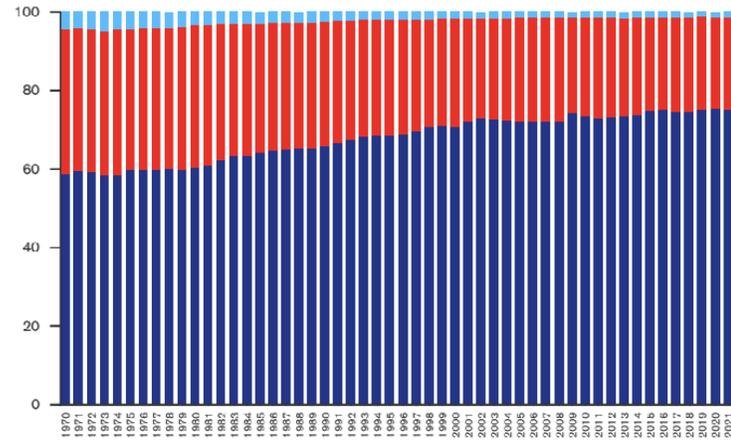
# PROGRAMAS DE APOYO A LA EXPORTACIÓN DE SERVICIO

PhD (c) Javier Peña Capobianco

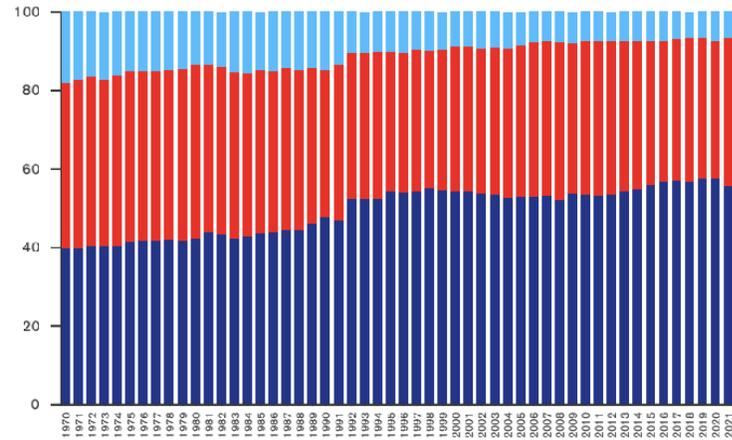


# CRECIMIENTO SECTORIAL

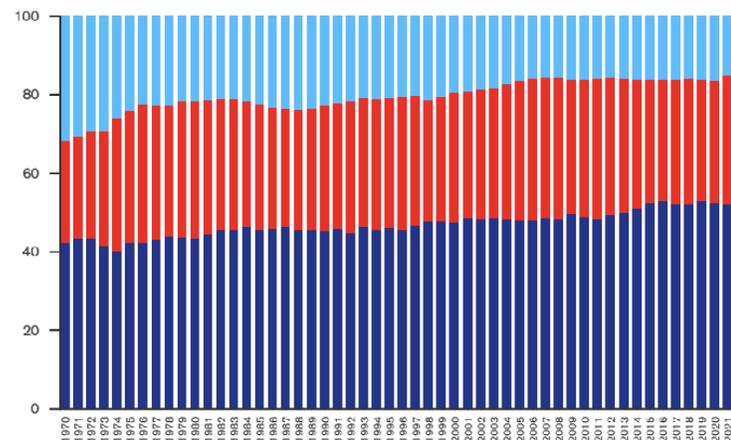
## HIGH-INCOME ECONOMIES



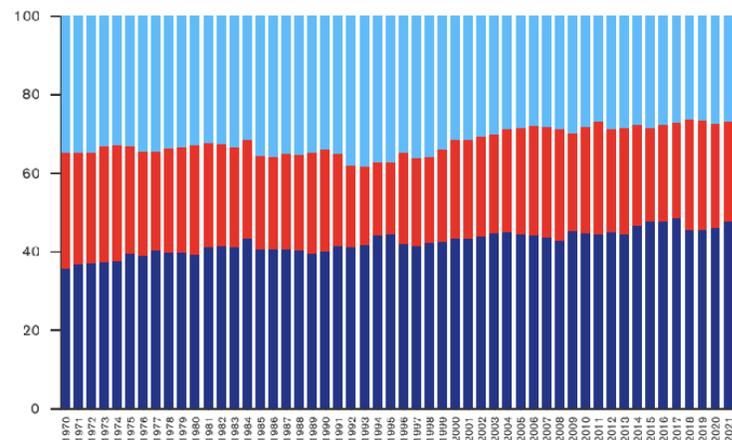
## UPPER MIDDLE-INCOME ECONOMIES



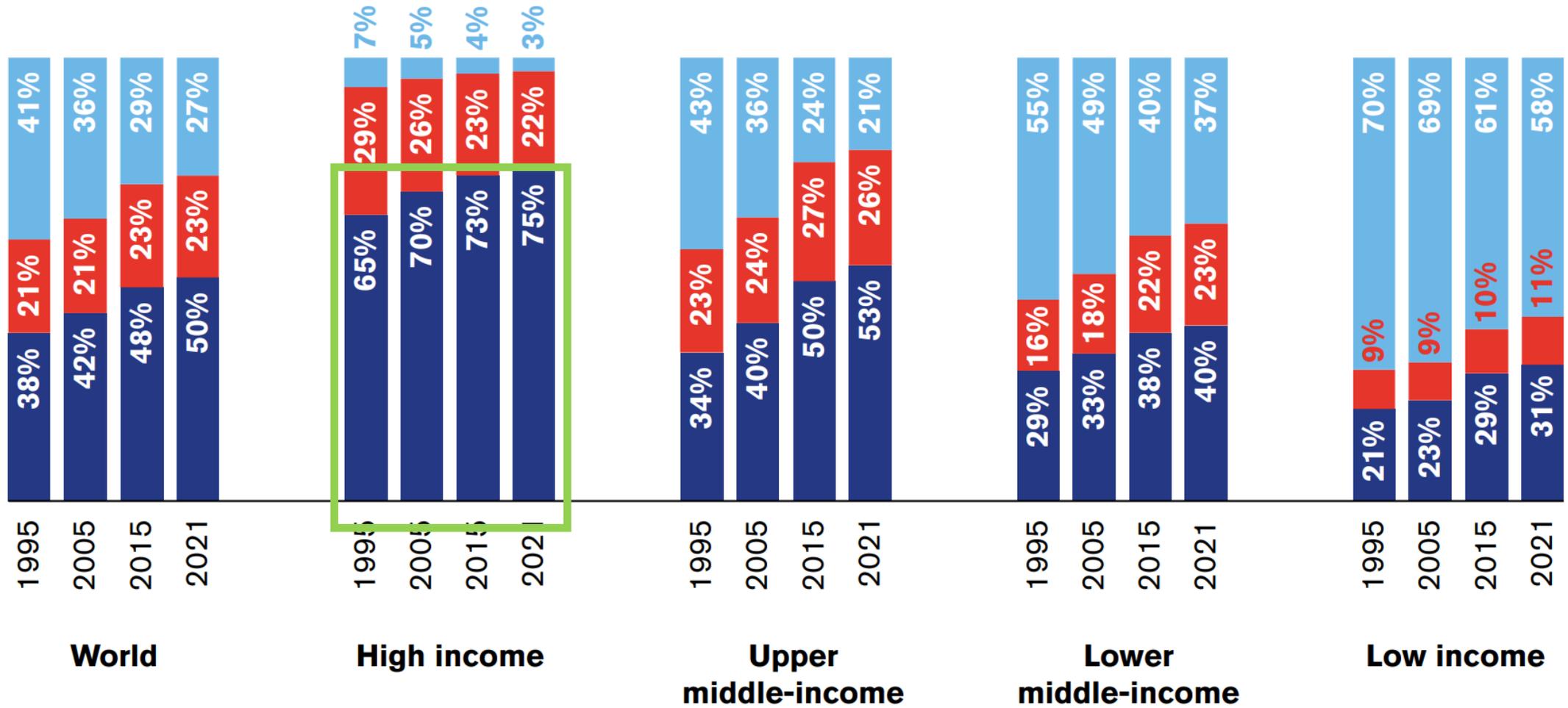
## LOWER MIDDLE-INCOME



## LOW-INCOME ECONOMIES



# EMPLEO EN SERVICIOS

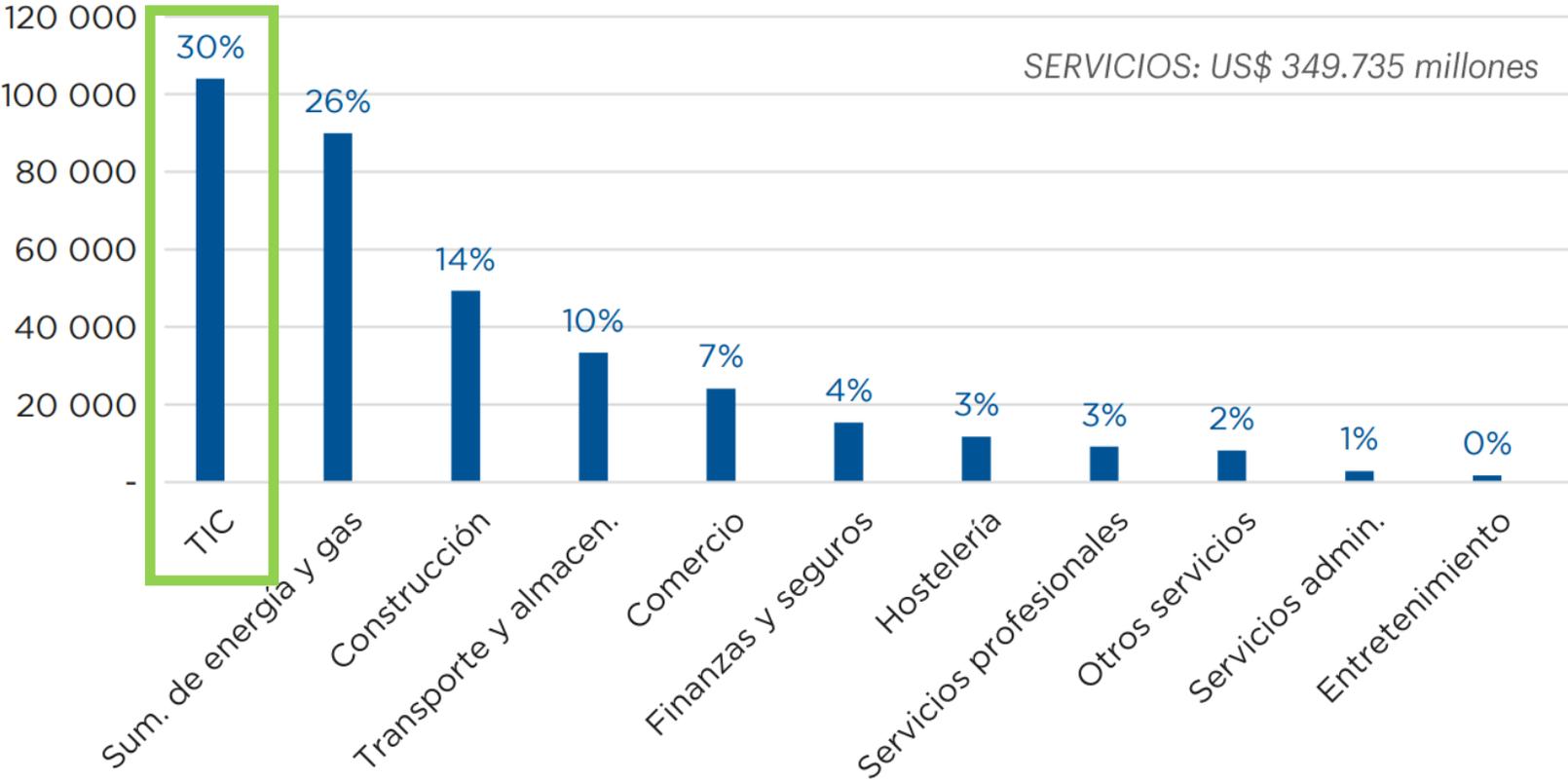


● Agriculture ● Industry ● Services

Source: Trade in Service Development (WTO, WB 2023)

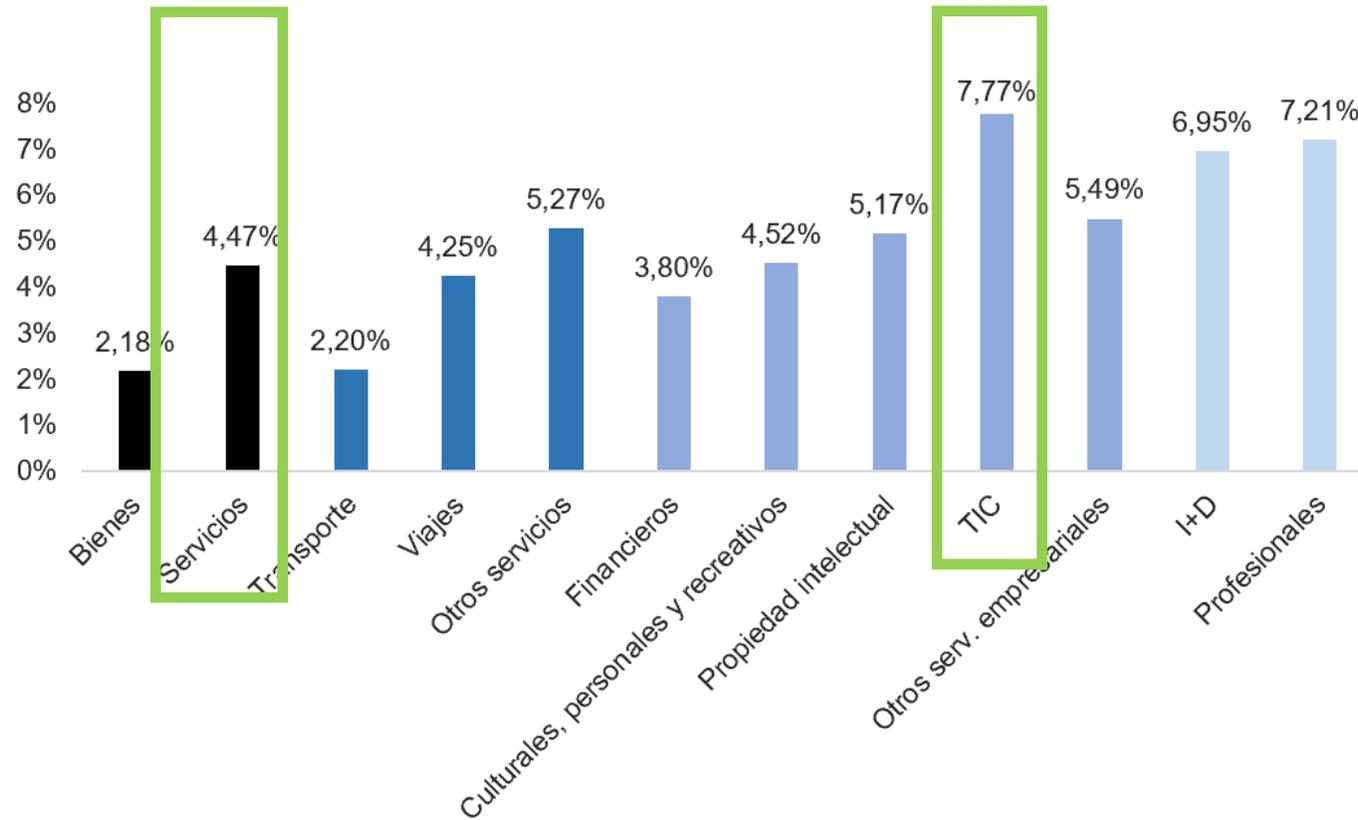
# IED POR TIPO DE SERVICIOS

**Inversión greenfield por tipo de servicio (2021)**  
(Millones de US\$)



Fuente: UNCTAD, WIR 2022.

# CRECIMIENTO SECTORIAL

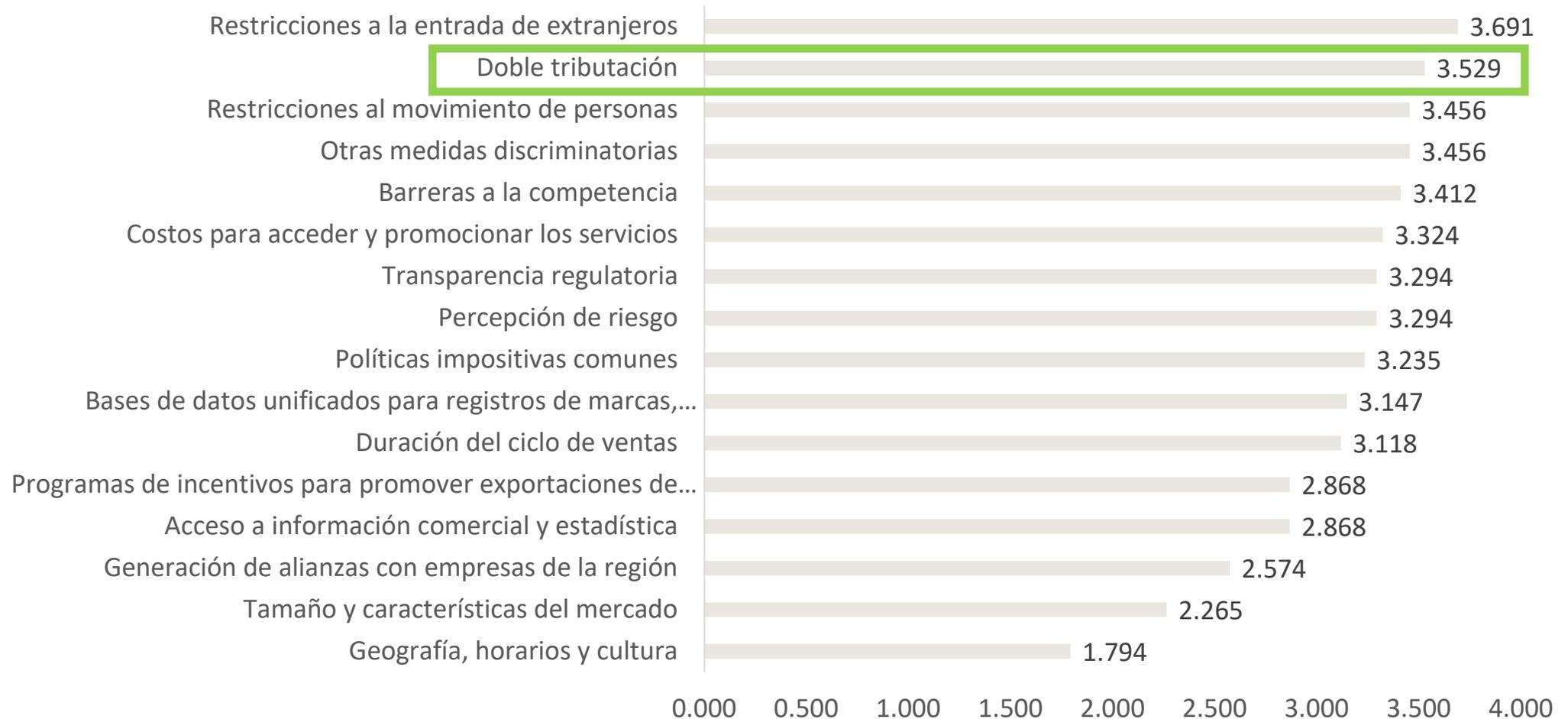


Fuente: elaboración propia con datos de la UNCTAD (2020). Nota: los tonos más claros reflejan mayor especificidad de la categoría.



Factores que afectan y  
herramientas de promoción de las  
**Exportaciones de TI en LAC**

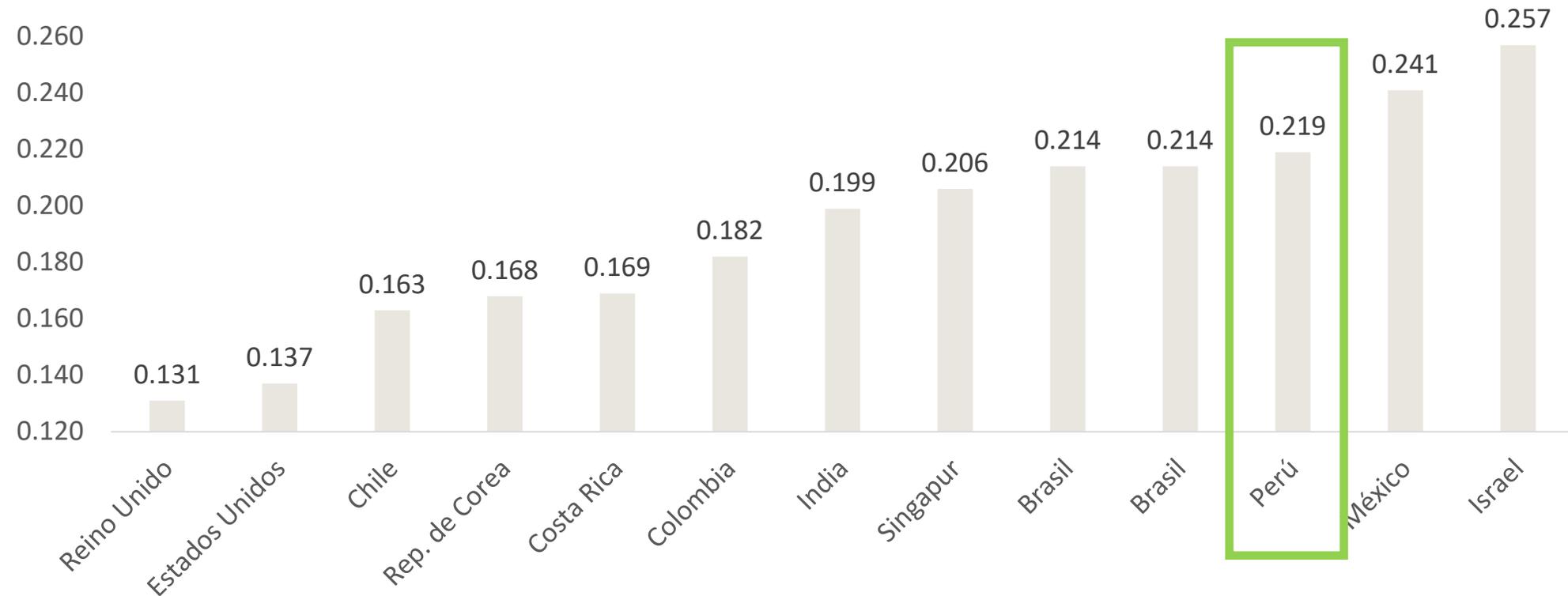
# FACTORES QUE AFECTAN A LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS TI HACIA LAC



Fuente: elaboración propia con base en ALES (2023).

# ÍNDICE DE RESTRICCIÓN AL COMERCIO DE SERVICIOS (STRI)

(I) RESTRICCIONES A LA ENTRADA DE EXTRANJEROS; (II) RESTRICCIONES AL MOVIMIENTO DE PERSONAS; (III) BARRERAS A LA COMPETENCIA; (IV) TRANSPARENCIA REGULATORIA, Y; (V) OTRAS MEDIDAS DISCRIMINATORIAS



Fuente: elaboración propia con base en OCDE (2022).

# FACTORES QUE AFECTAN A LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS TI HACIA LAC

- **Baja participación** de los mercados regionales
- Uno de los principales desafíos es el problema de la **doble tributación**
- La **proximidad geográfica, cultural y horaria** son el principal factor de estímulo al comercio intrarregional
- Los **menores costos asociados a la promoción**, la mayor facilidad para ser **reconocidos** y el **papel activo de las agencias** también aparecen como impulsores al comercio interregional.
- América Latina y el Caribe suele actuar como el **primer paso** que dan las empresas
- **Estados Unidos** cuenta con varios factores comerciales a favor:
  - tamaño de mercado,
  - estabilidad política y económica,
  - nulas retenciones a los pagos por concepto de importaciones de servicios de tecnología,
  - proyectos más exigentes,
  - ciclos de venta más cortos,
  - contratos de mayor duración,
  - y mejor remuneración por los servicios.



# IMPUESTOS E INCENTIVOS EN SERVICIOS GLOBALES

en América Latina y el Caribe

JAVIER PEÑA CAPOBIANCO



## Países del estudio: requisitos para que un servicio sea considerado de exportación

<b>Brasil</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La operación se realiza desde el mercado interno, con sus medios disponibles en el territorio nacional, para atender una demanda a ser satisfecha en otro mercado, en el exterior, a favor de un prestatario que opera como tal en ese otro mercado.</li> <li>• Además, las leyes del PIS y del COFINS coinciden en que, además de contemplar el requerimiento de que los efectos del servicio se den en el exterior, la exportación debe representar un ingreso de divisas al país.</li> </ul>
<b>Chile</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para servicios prestados en modo 1: El servicio debe realizarse en todo o en parte con la modalidad de comercio transfronterizo; debe prestarse a personas sin domicilio ni residencia en Chile; utilizado en el extranjero; el servicio debe ser sometido a verificación respecto a su existencia y valor; y debe ser considerado como de exportación por el SNA.</li> <li>• Para servicios prestados en modo 2: En el caso de empresas hoteleras registradas ante el SII o por arrendadores de inmuebles amoblados, deben estar destinado a turistas extranjeros sin residencia en Chile., siempre que sus ingresos sean en moneda extranjera y emitan factura de exportación.</li> <li>• Para servicios prestados en modo 4: El servicio debe ser un hecho gravado con IVA en Chile y además en el país de destino con un impuesto similar.</li> <li>• Además, se reconoce las prestaciones mixtas entre modos 1 y 4.</li> </ul>
<b>Colombia</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Debe ser prestado desde Colombia;</li> <li>• Destinado a una empresa o persona residente en el exterior que no posea negocios ni actividades en el país;</li> <li>• De existir alguna vinculación económica por parte de la persona o empresa cliente del exterior con Colombia, como sucursales, filiales o subsidiarias dentro del territorio nacional, estas no deberán obtener ningún beneficio del servicio prestado por el proveedor colombiano.</li> <li>• Utilizado o consumido solo en el exterior;</li> <li>• Conservar los documentos que acrediten la exportación.</li> </ul>
<b>Costa Rica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La prestación de servicios se realice a título oneroso desde el territorio nacional hacia el exterior,</li> <li>• en el que el destinatario es un no domiciliado</li> <li>• y el uso o consumo del servicio o el bien intangible por parte de aquel se realiza fuera del territorio nacional.</li> </ul>
<b>Ecuador</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El exportador debe estar domiciliado o ser residente en Ecuador;</li> <li>• El usuario o beneficiario del servicio no esté domiciliado o no sea residente en Ecuador;</li> <li>• El uso, aprovechamiento o explotación de los servicios por parte del usuario o beneficiario tenga lugar íntegramente en el extranjero, aunque la prestación del servicio se realice en Ecuador;</li> <li>• El pago efectuado como contraprestación de tal servicio no sea cargado como costo o gasto por parte de sociedades o personas naturales que desarrollen actividades o negocios en Ecuador.</li> </ul>
<b>Guatemala</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El servicio debe ser prestado en el territorio de Guatemala;</li> <li>• El usuario final tiene que ser un no residente y no domiciliado en el país;</li> <li>• El servicio debe destinarse solo a ser utilizado en el exterior;</li> <li>• El pago realizado debe haberse negociado conforme a la legislación cambiaria vigente.</li> </ul>
<b>México</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El servicio debe ser prestado por residentes en México a un no residente;</li> <li>• El servicio debe ser aprovechado en el extranjero;</li> <li>• Debe estar comprendido dentro de determinadas actividades específicas.</li> </ul>
<b>República Dominicana</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El servicio tiene que ser prestado desde el territorio dominicano;</li> <li>• Debe ser utilizado y consumido fuera de la República Dominicana;</li> <li>• El consumidor no debe estar domiciliado ni residir en la República Dominicana;</li> <li>• El pago debe darse con renta de fuente extranjera, sin afectar renta ni gastos en la República Dominicana.</li> </ul>
<b>Uruguay</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El Decreto N.º 220/998 establece de manera taxativa aquellos servicios que son considerados como de exportación y las condiciones que se deben dar para ello.</li> </ul>

Fuente:  
elaboración  
propia con base  
en Peña  
Capobianco  
(2023)

## Países del estudio: tasas del IR y tipo de sistema fiscal, para las personas físicas y jurídicas

	Personas físicas	Personas jurídicas	Tipo de sistema fiscal
<b>Brasil</b>	Entre 0% y 27,5%	15% sobre el lucro real o presumido más 10% adicional sobre excedente a BRL 20.000/mes	Global
<b>Chile</b>	Entre 0% y 27,77%	IDPC 27% Tributación máxima c/ADT 35% Tributación máxima s/ADT 44,45% Régimen Pro-PyME 25%	Global
<b>Colombia</b>	Entre 0% y 39%	35%	Global
<b>Costa Rica</b>	Base de hasta CRC 3.742.000 exenta y tasa variable, sobre el excedente, de entre 10% y 25%	30% Para pymes franjas del 10% y 20% según nivel de ingresos brutos	Territorial
<b>Ecuador</b>	Entre 0% y 37%	25%	Global
<b>Guatemala</b>	Régimen General 25% sobre ingresos netos Régimen Optativo 7% sobre ingresos brutos	Régimen General 25% sobre ingresos netos Régimen Optativo 7% sobre ingresos brutos	Territorial
<b>México</b>	Máximo 35%	30%	Global
<b>República Dominicana</b>	Desde 15% hasta 25%	27%	Territorial (excepto inversiones y ganancias financieras)
<b>Uruguay</b>	Desde 0% hasta 36%	25%	Territorial (con excepciones)

Fuente:  
elaboración  
propia con base  
en Peña  
Capobianco  
(2023)

### Países del estudio: IVA, IR y otros impuestos en la importación de servicios, según modos

	<b>IVA</b>	<b>IR</b>	<b>Otros impuestos</b>
<b>Brasil</b>	Aplica en modos 1 y 4 (Aplica PIS+COFINS+ISSQN)	Aplica en modos 1 y 4	Aplica en modos 1 y 4 (Aplica CIDE+IOF)
<b>Chile</b>	Aplica en modos 1 y 4 (Si aplica Impuesto Adicional, no aplica IVA)	Aplica en modos 1 y 4 (Si aplica Impuesto Adicional, no aplica IVA)	
<b>Colombia</b>	Aplica en modos 1 y 4	Aplica en modos 1 (Para actividades puntuales) y 4	
<b>Costa Rica</b>	Aplica en modos 1 y 4	Aplica en modos 1 y 4	
<b>Ecuador</b>	Aplica en modos 1 y 4	Aplica en modos 1 y 4	Aplica en modos 1 y 4 (ISD)
<b>Guatemala</b>	Aplica en modo 4	Aplica en modos 1 y 4	
<b>México</b>	Aplica en modos 1 y 4	Aplica en modos 1 y 4	
<b>República Dominicana</b>	No aplica	Aplica en modos 1 y 4	
<b>Uruguay</b>	Aplica en modo 4	Aplica en modo 4	

Fuente:  
elaboración  
propia con base  
en Peña  
Capobianco  
(2023)

Fuente: elaboración propia, sobre la base de la normativa de cada país.

**Países del estudio: mecanismos para la reducción o eliminación de la doble imposición**

	<b>ADT</b>	<b>Crédito fiscal/ recuperación como gasto</b>
<b>Brasil</b>	Sí	Sí <i>tax credit</i> (siempre que exista tratamiento tributario recíproco y la empresa opere bajo sistema de lucro real)
<b>Chile</b>	Sí	Sí
<b>Colombia</b>	Sí	<i>Tax credit</i> , solo para rentas de fuente extranjera
<b>Costa Rica</b>	Sí	No
<b>Ecuador</b>	Sí	Sí <i>tax credit</i>
<b>Guatemala</b>	No	Se descuenta como gasto
<b>México</b>	Sí	Sí <i>tax credit</i>
<b>República Dominicana</b>	Sí	Sí <i>tax credit</i> para rentas de fuente extranjera, para el resto se descuenta como gasto
<b>Uruguay</b>	Sí	Se descuenta como gasto

Fuente:  
elaboración  
propia con bas  
en Peña  
Capobianco  
(2023)

Fuente: elaboración propia, sobre la base de la normativa de cada país.

# DESAFÍOS DE LOS ADT Y TAX CREDIT

- 1) los **certificados de residencia fiscal y comprobantes de pagos emitidos por las AT difieren** en contenido, tiempo de validez, requieren de legalización o apostilla, y si están en otro idioma, necesitan ser traducidos.
- 2) las **empresas desconocen** cuáles son los requerimientos formales
- 3) Asimismo, la utilización inadecuada de estos documentos puede implicar serias **repercusiones fiscales y legales** en cada uno de los países.
- 4) Las empresas pueden conocer los beneficios de las herramientas para evitar la doble tributación (*Tax credit* y ADT), pero **no tienen certeza de que los documentos** necesarios para que estos puedan ejecutarse
- 5) Esta situación hace que el prestador de los servicios **recargue total o de forma parcial el gravamen** (aplicado por el fisco extranjero) en el precio, incrementando artificialmente el valor de los servicios y afectando la **competitividad internacional**.

# INCENTIVOS

## Tipos de incentivos y regímenes especiales



*Tax Holidays*



Zonas Francas / Zonas Libres



Incentivos tributarios



Devolución anticipada del IVA



Admisión temporaria



Deducciones especiales de renta



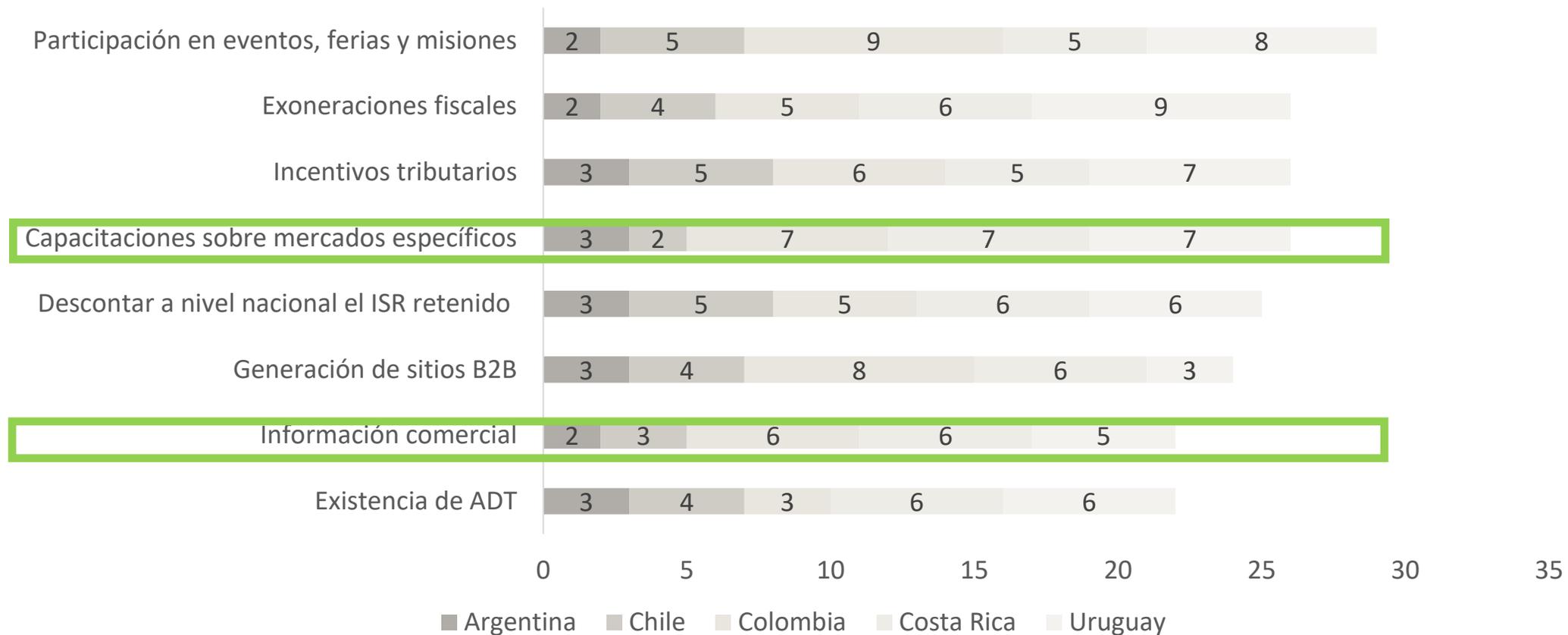
Exoneración de impuestos de importación a actividades específicas incorporadas a la oferta exnortadora



Financiamiento anticipado

Fuente:  
elaboración  
propia con base  
en Peña  
Capobianco  
(2023)

## MECANISMOS DE APOYO CONSIDERADOS COMO DE MAYOR UTILIDAD POR LOS ENCUESTADOS

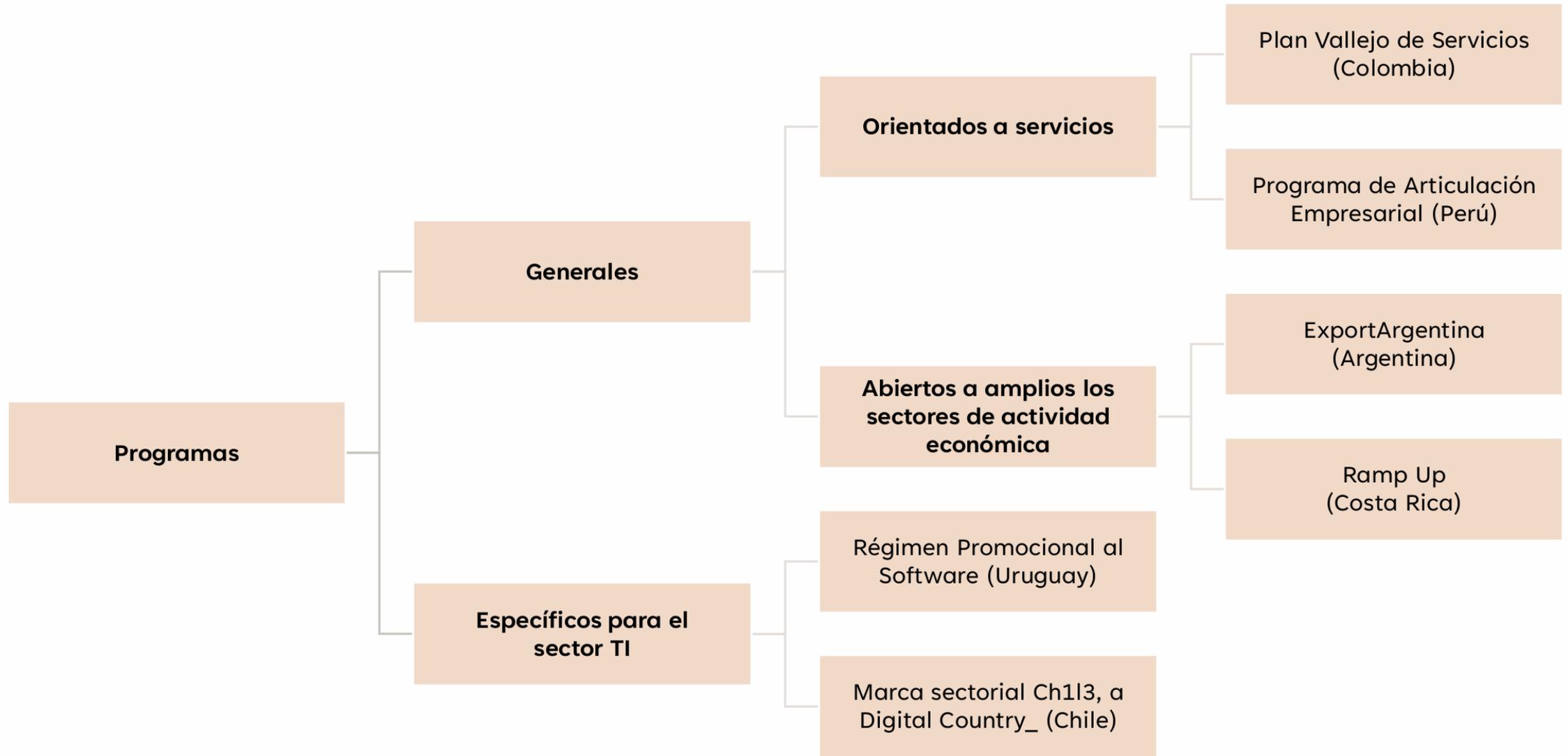


Fuente: elaboración propia con base en ALES (2023).

# TIPOS DE PROGRAMAS DE APOYO A LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS INFORMÁTICOS



# TIPOS DE PROGRAMAS DE APOYO A LA EXPORTACIÓN DE SERVICIOS INFORMÁTICOS



Ruta de la  
innovación

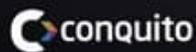
Lanzamiento virtual del programa

# Global Tech

29 **Lunes**  
**abril**  
9h30

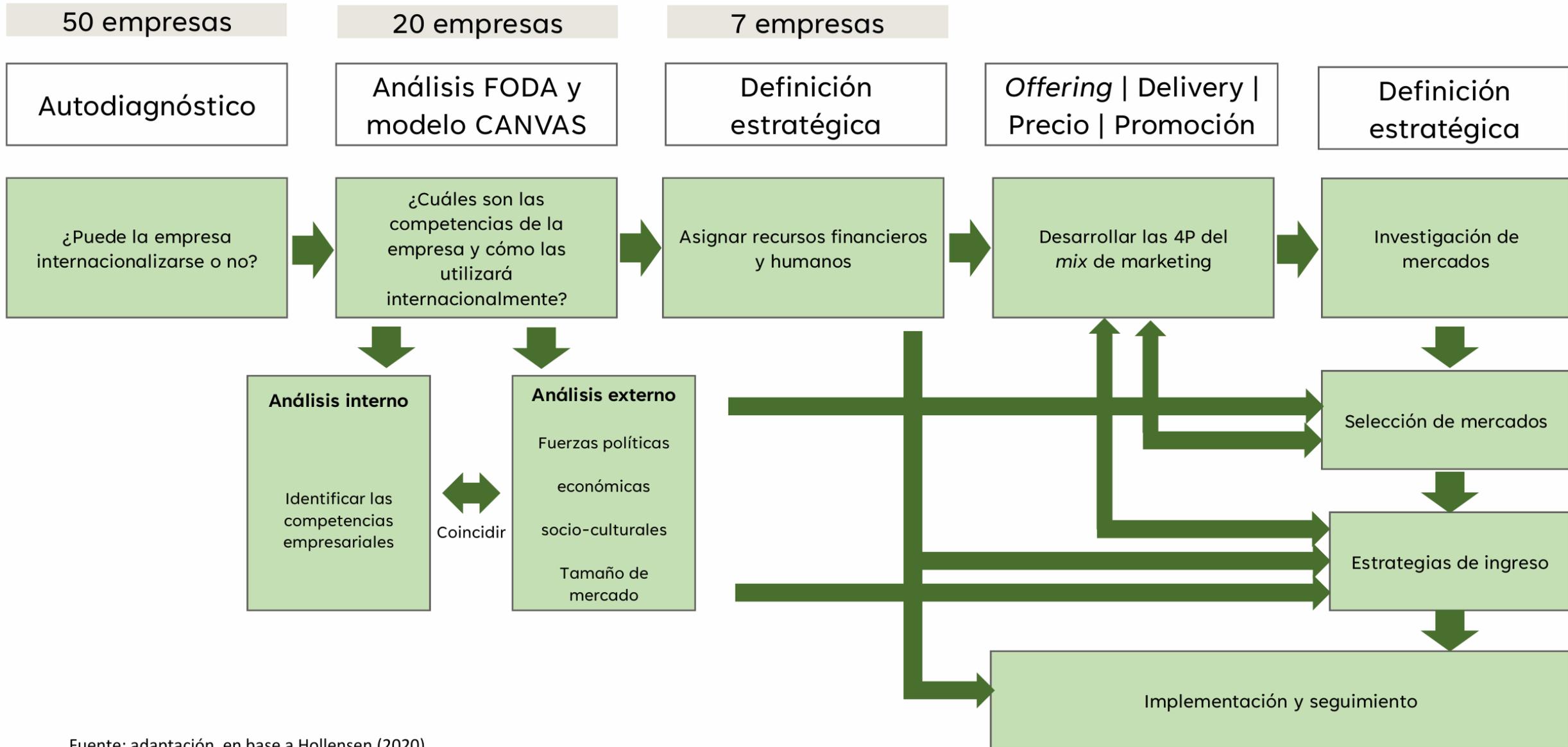


Organizado por:



Con apoyo de:

# ETAPAS DEL PROCESO



## Diagnóstico

+ 60  
empresas

20  
seleccionadas

## Capacitación

Empresas

Instituciones

## Asistencia técnica uno a uno

México

USA

# AUTODIAGNÓSTICO DE ALES

## **Mayores oportunidades:**

- 1) participación en eventos comerciales internacionales;
- 2) un plan de negocios específico para la exportación;
- 3) experiencia en exportación de servicios;
- 4) registro de su propiedad intelectual;
- 5) Conocimiento sobre los impuestos necesarios al momento de exportar;
- 6) una estrategia de comercialización internacional; y
- 7) material promocional.



“Global Tech nos ayudó a encontrar nuevos *insights* para abordar el mercado internacional y estamos agradecidos por ello”

**Ernesto Kruger**  
**CEO Fundador de Kruger Corp**



Juan José Vela  
Gerente General  
Satcom Latinoamérica  
Ecuador



“Con este acompañamiento estamos enmarcando todo lo que se necesita para poder pensar en una estrategia de ingreso a México. Ha sido super chévere, de mucho aprendizaje. Me ha gustado mucho que nuestro consultor Andersson conoce mucho el territorio mexicano. Toda esa información está siendo muy valiosa para considerar la forma de entrada a México”



**Jonathan Vargas**  
**Country Manager de Allient**

“La **capacitación** fue **excelente**, con **expositores** de **alto nivel** que cubrieron **muchos temas** que, de manera general, nos dan una **visión** de los diferentes **aspectos a considerar** para **exportar servicios**.  
Personalmente me queda muy presente la importancia de tener **claridad** en **qué servicio ofrecemos** y **a quién va dirigido**, lo cual facilita su **promoción y venta**”

# Empresas participantes de la asistencia técnica específica de Global Tech: evaluación de la calidad del asesoramiento, cumplimiento de las expectativas y probabilidades de recomendar (En escala del 1 al 5)

