

UNIVERSIDAD DE VALPARAÍSO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES



TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN, Y SU
PARTICIPACIÓN EN LAS EXPORTACIONES DE SERVICIOS:
EL CASO DE CHILE

Práctica Profesional realizada en ENow Inc., Empresa Internacional dedicada a la
Comercialización de Productos y Servicios de la Industria de las Tecnologías de la
Información

Autor

CAMILA ADRIANA ARAOS PARRA

INFORME DE PRÁCTICA PROFESIONAL PRESENTADA A LA CARRERA DE
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES DE LA UNIVERSIDAD
DE VALPARAÍSO PARA OPTAR AL GRADO DE LICENCIADO EN
NEGOCIACIONES INTERNACIONALES TÍTULO PROFESIONAL DE
ADMINISTRADOR DE NEGOCIOS INTERNACIONALES

PROFESOR GUÍA: IGNACIO BELAUSTEGUI CONTRERAS

Viña del Mar, Agosto de 2011

INDICE

| | |
|--|----|
| INTRODUCCIÓN | 4 |
| Capítulo 1. ANTECEDENTES DE LA PRÁCTICA | 5 |
| 1.1 Descripción de la Empresa | 5 |
| 1.1.1 Reseña Histórica..... | 7 |
| 1.1.2 Misión | 8 |
| 1.1.3 Valores | 8 |
| 1.1.4 Productos y Servicios..... | 9 |
| 1.1.5 Mercados..... | 11 |
| 1.1.6 Forma de Operar | 12 |
| 1.1.7 Internalización..... | 14 |
| 1.1.8 Análisis Externo: la experiencia en Chile | 15 |
| 1.2 Descripción de las funciones realizadas | 19 |
| 1.2.1 Trabajo desarrollado..... | 19 |
| 1.2.2 Razones que impulsan el tema a desarrollar | 20 |
| Capítulo 2. MARCO TEÓRICO | 22 |
| 2.1 Intercambio Comercial Mundial | 22 |
| 2.2 Definición de Servicios | 23 |
| 2.3 Comercio de Servicios..... | 25 |

| | | |
|--|---|-----|
| 2.3.1 | Factores de Crecimiento del Comercio de Servicios | 26 |
| 2.4 | Exportación de servicios en Chile | 38 |
| 2.4.1 | Exportación de Servicios Calificados | 42 |
| 2.4.2 | Exportación de Servicios No Calificados | 51 |
| 2.5 | Definición de TIC | 52 |
| 2.6 | Industria TIC en Chile | 54 |
| Capitulo 3. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN | | 59 |
| 3.1 | Objetivos | 59 |
| 3.2 | Acuerdos firmados por Chile que afectan el Comercio de Servicios | 60 |
| 3.3 | Exportación de Servicios en Chile | 64 |
| 3.4 | Principales Mercados de Servicios Exportados por Chile..... | 75 |
| 3.5 | Principales Exportadores mundiales de Servicios | 81 |
| 3.6 | Factores que Impulsan las Exportaciones | 85 |
| 3.7 | Barreras al Comercio en Chile para la exportación de servicios TIC | 102 |
| 3.8 | Formas de disminuir o eliminar las barreras al comercio de servicios TIC | 109 |
| Capitulo 4. CONCLUSIONES | | 112 |
| ANEXO I | | 114 |
| BIBLIOGRAFÍA | | 122 |

INTRODUCCIÓN

Hace aproximadamente 40 años el mundo empezó a vivir un proceso de cambio en el que se reconoce la importancia del conocimiento como herramienta productiva. Predomina en la sociedad la necesidad de estar conectados, lo que ha sido posible a través de la constante y creciente innovación, que ha logrado el desarrollo de tecnologías que permiten comunicar a un mundo cada día más sediento de contacto global.

Han surgido entonces las llamadas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), las cuales han demostrado volverse necesarias no sólo como un medio de conexión en el actual mundo de negocios, sino también como una herramienta para el desarrollo.

Chile no se ha quedado atrás en la aplicación de estas tecnologías, ni tampoco en su producción. Aunque muy lejos están de alcanzar el grado de envíos al extranjero de los productos tradicionales, su participación en el total de ingresos percibidos por el país no es menor, si se considera que es una industria relativamente nueva.

El presente informe pretende servir como marco referencial en un tema que ha demostrado ser trascendental en el avance hacia el desarrollo: las Tecnologías de la Información y Comunicación. Se aplica directamente a la realidad de Chile, en particular a las exportaciones de servicios de esa industria y se plantean algunas medidas que en la actualidad disminuyen su comercialización en el exterior.

Capítulo 1. ANTECEDENTES DE LA PRÁCTICA

1.1 Descripción de la Empresa

Efficacy Now Incorporated (ENow, Inc.) es una empresa de origen estadounidense y capital privado, especializada en consultoría de infraestructura Microsoft y desarrolladora de soluciones que simplifican la administración de los sistemas de mensajería de correo electrónico.

Sus más de 15 años de experiencia en el rubro, le han permitido ganar múltiples premios que reconocen la eficacia y excelencia de sus productos, con lo que la empresa ha logrado expandir su negocio, y llegar a mercados extranjeros, en los que ha demostrado que su buena reputación es merecida.

Destaca no sólo por la calidad de sus productos y servicios, sino también por estar enfocada en satisfacer al máximo a sus clientes, entregándoles un trato cercano por expertos siempre dispuestos a ayudarles.

| | Actual | Futuro |
|--------------------|--|---|
| Ámbito de Producto | Servicios de Consultoría y Capacitación; Desarrollo y Venta de Software, todo relacionado con algunas Tecnologías Microsoft como | Enfoque más fuerte en los Servicios de Consultoría y Capacitación; Desarrollo y Venta de Software, todo relacionado con algunas |

| | | |
|--|---|---|
| | Exchange y Active Directory | Tecnologías Microsoft como Exchange, Active Directory, Sharepoint, Lync y Office Communication Server |
| Ámbito de Mercado | Empresas que trabajen con Tecnologías Microsoft como Exchange y Active Directory | Empresas que trabajen con Tecnologías Microsoft como Exchange, Active Directory, Sharepoint, Lync y Office Communication Server |
| Ámbito Geográfico | Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Malasia, Suecia, Alemania, Zambia, India, Chile, Australia, Bélgica, Costa Rica, Japón, Francia, Hong Kong (China), Dinamarca, Holanda, Bahamas, Bermuda, Islas Caimán | Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Malasia, Suecia, Alemania, Zambia, India, Chile, Australia, Bélgica, Costa Rica, Japón, Francia, Hong Kong (China), Dinamarca, Holanda, Bahamas, Bermuda, Islas Caimán |
| Modo de Conseguir el Liderazgo Competitivo | Flexibilidad, Simplicidad, Presencia Virtual Positiva | Flexibilidad, Simplicidad, Asequibilidad, Mayor Presencia Virtual Positiva, Establecimiento |

1.1.1 Reseña Histórica

ENow fue creada por Jay P. Gundotra en el año 2000, como una empresa privada de consultoría especializada en Microsoft Exchange, inserta en la industria de las Tecnologías de la Información.

El año 2004 la empresa es aceptada en el Programa de Socios de Microsoft (*Microsoft's Partner Program*), asociación que no sólo le facilita el acceso a los recursos que necesita para proveer sus soluciones, sino que también lo mantiene actualizado con las nuevas tecnologías Microsoft para poder atender a su clientela más efectivamente.

Un año más tarde la empresa lanza al mercado el primer software creado por ellos. Y es que al verse enfrentados a diferentes problemas relacionados con los ambientes Exchange de las empresas a las que presta servicios, ENow comienza a desarrollar soluciones que llegan a ser tan eficaces que, gracias a las sugerencias de sus propios clientes, son acopladas hasta formar lo que es ahora Mailscape, el producto más representativo de la compañía.

Este software busca satisfacer las necesidades de control y administración de las plataformas de mensajería Exchange, y a medida que va desarrollándose, empieza a cautivar a clientes en otros países.

Hoy en día ENow opera de manera remota, teniendo su oficina base en el estado de California, con sus empleados repartidos por Estados Unidos y fervientes colaboradores alrededor del mundo.

1.1.2 Misión

“Entregar Servicios y Productos simples e intuitivos a un precio asequible”¹.

1.1.3 Valores²

“Valoramos la **Calidad**. Nuestros productos y servicios serán los “mejores en su clase” en términos del valor recibido por los dólares pagados. Entregaremos excelencia, lucharemos por un mejoramiento continuo y responderemos vigorosamente al cambio. Cada uno de nosotros es responsable por la calidad de todo lo que hacemos”.

“Valoramos la **Satisfacción del Cliente**. Estamos dedicados a satisfacer a nuestros clientes. Creemos en respetar a nuestros clientes, escuchar sus peticiones y entender sus expectativas. Luchamos por exceder sus expectativas en términos de asequibilidad, calidad y entrega a tiempo”.

“Valoramos el **Liderazgo**, como compañía y como individuos. El liderazgo de ENow está basado en empleados talentosos aplicando efectivamente tecnología avanzada y gestión empresarial sólida. Cada uno de nosotros lideramos a través de nuestra competencia, creatividad y trabajo en equipo”.

“Valoramos la **Integridad** en todo lo que hacemos. Cada uno de nosotros es personalmente responsable por los más altos estándares de comportamiento, incluyendo honestidad y equidad en todos los aspectos de nuestro trabajo. Cumplimos nuestros compromisos como ciudadanos y empleados responsables. Consistentemente trataremos

¹Texto original “Deliver simple and intuitive products and services at an affordable price”.

² ENow Inc., <http://enowconsulting.com/about-enow/about-us/>, 20.05.2010, 15.35 PM

clientes y socios con el respeto que merecen. Siempre lucharemos por mejorar las comunidades en las que vivimos y hacemos negocios”.

“Valoramos a nuestra **Gente**. Nos tratamos los unos a los otros con respeto y nos sentimos orgullosos por las significativas contribuciones que provienen de la diversidad de personas e ideas. Nuestro éxito continuo depende del crecimiento y del compromiso de los miembros de nuestro equipo. Estamos comprometidos con la transparencia y confianza en todas las relaciones”.

1.1.4 Productos y Servicios

1.1.4.1 Productos

Mailscape. Es el producto más importante de la empresa, y busca satisfacer la necesidad de control e información para los ambientes Exchange de cualquier compañía, combinando elementos claves para la administración, monitoreo y generación de informes del sistema de mensajería electrónica.

Hoy en día existe una necesidad de estar conectados y el correo electrónico representa una de las herramientas fundamentales en las organizaciones, siendo la continuidad de comunicación de vital importancia para los negocios.

Mailscape entrega al cliente la información crítica que necesita para administrar Exchange de forma proactiva, evitando así grandes costos que podrían producirse si el sistema de mensajería fallara.

El objetivo del software es ser una solución transversal, con el se vea facilitada no sólo la labor de los administradores de las plataformas de mensajería de las empresas, sino además otros departamentos como recursos humanos, soporte, etc., por lo que su interfaz apunta a la Simplicidad, su uso a la Intuición, y su resultado a la Eficiencia.

Mailscape para BlackBerry. Cumple con los mismos propósitos que Mailscape, pero está dirigido a aquellas organizaciones en las que sus empleados necesitan mantenerse constantemente al tanto de sus correos electrónicos, y por lo tanto usan dispositivos BlackBerry.

GALsync. Software de fabricación alemana, propiedad de uno de los socios distribuidores de la empresa en Europa. ENow actúa como representante de la marca y ofrece este producto a sus clientes según lo necesiten.

Esta solución funciona sobre la Lista de Direcciones Globales (GAL – Global ListingAddresses) de Microsoft Exchange, y le permite al cliente compartir y sincronizar información de Outlook y usuarios de Exchange. Fue diseñada para facilitar los procesos de migración, fusión de empresas, compartir información con socios, entre otros.

1.1.4.2 Servicios

Consultoría en Infraestructura Microsoft. Los servicios prestados en esta área están dirigidos a soluciones relacionadas con servidores de Microsoft Active Directory y Microsoft Exchange. Los consultores de ENow cuentan con más de 15 años de experiencia en diseño, instalación y soporte en soluciones Microsoft para empresas y los

servicios entregados son la solución de problemas, migraciones, actualizaciones y chequeos de funcionamientos de sistemas.

Capacitación en Tecnologías de la Información (TI). ENow cuenta con un programa de capacitación personalizado, impartido de forma interactiva por expertos de la industria que tienen experiencia real implementando las tecnologías que enseñan a sus clientes.

Servicios Gerenciados (ManagedServices). ENow es también proveedor de servicios gerenciados (*Managed Services Provider*) para ambientes Microsoft, infraestructura de red y seguridad informática.

1.1.5 Mercados

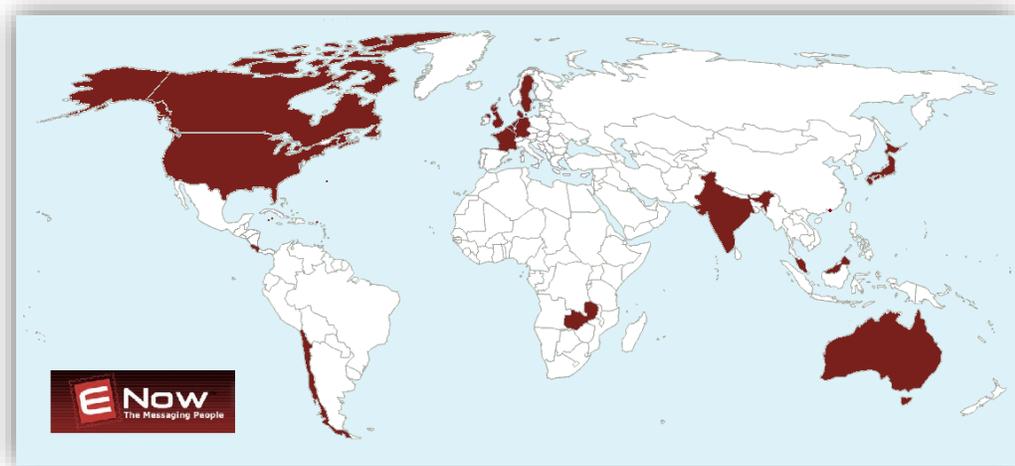
La empresa atiende a clientes de diversos sectores, como instituciones financieras, organizaciones gubernamentales, supermercados, empresas de comunicación y entretenimiento e instituciones educacionales, entre otros.

En materia geográfica, Estados Unidos ha sido el mercado por excelencia de la empresa desde el momento de su fundación. Es aquí en donde ENow empieza a prestar sus servicios, y en donde posteriormente comienza a comercializar su software lanzado al mercado en 2005 bajo el nombre EMatic (o ExchangeMatic).

Pero no es sino hasta principios del 2007, cuando ENow logra perfeccionar Mailscape (versión mejorada de EMatic), que la empresa decide traspasar las barreras nacionales, y cruzar el atlántico para formar alianzas estratégicas con firmas europeas, en busca de representación local para su software.

En la actualidad, ENow tiene clientes en los 5 continentes, en países como Canadá, Francia, Europa, Dinamarca, India, Zambia, Hong Kong, Japón, Australia y Costa Rica, por mencionar algunos.

Ilustración 1. Países en los que ENow mantiene clientes de Mailscape.



FUENTE: Elaboración propia

1.1.6 Forma de Operar

ENow mantiene un modelo de negocios poco tradicional, pues la base de sus operaciones las realiza desde un lugar distinto al de sus empleados, los cuales trabajan desde sus domicilios, utilizando distintas tecnologías para mantenerse en contacto. Esto es conocido como Teletrabajo, bajo la modalidad de Oficina Virtual (Ver Anexo I, sobre Teletrabajo).

La empresa opera a nivel nacional con el apoyo de consultores *freelance*, a quienes se les encarga trabajos de Consultoría, sumándose así a los empleados de la empresa que

tienen como principal función atender los negocios relacionados con sus servicios. Dichos servicios son prestados mayormente desde Estados Unidos y Canadá de forma remota hacia la ciudad/país de destino.

A nivel internacional³, ENow establece vínculos comerciales con empresas locales dispuestas a representar la marca, y a comercializar Mailscape entre sus clientes. Esta representación otorga al socio una comisión sobre el precio de venta del software (el que varía dependiendo de los requerimientos de cada cliente) y su responsabilidad radica en contactar a sus clientes y presentarles el producto.

Para esto, el equipo de ventas de la empresa asociada recibe un entrenamiento que los instruye acerca del funcionamiento y las características del software.

Una vez que el cliente decide adquirir Mailscape, el socio contacta a ENow para que elabore una cotización (el precio variará dependiendo de la cantidad de servidores y buzones de correo que el cliente quiera monitorear), y de ser ésta aprobada, es ENow quien realiza la instalación remota del software en los sistemas del cliente.

Mailscape funciona mediante un sistema de Licenciamiento Perpetuo; esto significa que una vez que el cliente ha adquirido la licencia del software, es dueño de ésta para su explotación. Al mismo tiempo, ENow ofrece un paquete anual, correspondiente a un porcentaje del valor del software, que otorga derecho a soporte técnico y a recibir las

³Su participación en el extranjero está enfocada primordialmente a la comercialización de sus productos, y sólo en unas cuantas excepciones la empresa presta servicios fuera de su país de origen.

actualizaciones del programa que estén disponibles. Aunque este pago anual es opcional, más del 90% de los clientes opta por adquirirlo.

En el caso que un cliente internacional contacte directamente a la empresa, ENow entrega esta información al socio del país desde el cual la empresa está siendo contactada para que éste se haga cargo del negocio localmente.

1.1.7 Internalización

Según lo que señala Jay P. Gundotra, CEO⁴ de la compañía, ésta enfoca sus esfuerzos comerciales en encontrar socios efectivos que sean capaces por sí solos de determinar las necesidades de sus clientes y de posicionar la marca en el mercado local. Debido a esto ENow no realiza investigaciones de mercado previo a la inserción en un nuevo país.

Teniendo en cuenta lo anterior, cuando ha querido ingresar a un mercado extranjero, ENow ha optado por 2 formas de hacerlo, (a) contactando directamente a empresas que tengan potencial de socio distribuidor o, (b) contratando un programa de asistencia de inserción al mercado de destino.

Lo primero es posible gracias a la calidad de Socio Gold de Microsoft, lo cual le otorga acceso a un listado mundial de otros Socios igualmente calificados (Directorio del Programa de Socios – *Partner Program Directory*, de Microsoft). Esto permite que ENow pueda establecer relaciones comerciales con empresas extranjeras del mismo círculo, con reputación y experiencia que los avalan.

⁴ *Chief Executive Officer*, lo que equivale en Chile al cargo de Gerente General.

Lo segundo, es un servicio provisto por el Departamento de Comercio de los Estados Unidos, disponible en sus embajadas en el mundo. Esto se conoce como el *Gold Key Matching Service* (que podría traducirse como “Servicio de Emparejamiento Estratégico”), el cual ofrece a la empresa contratante información estratégica del país y de su mercado, además de arreglar reuniones con empresas locales que cumplan con el perfil de distribuidor que la firma contratante requiere.

Un especialista de comercio en el área en la cual se desempeña la empresa, se hace cargo de seleccionar y contactar a las empresas candidatas para hacer una introducción entre ellas y la empresa contratante. Durante este período de presentaciones, el especialista de la embajada acompaña a los representantes de la empresa estadounidense que contrató el servicio, y funciona como traductor cuando así es necesario.

Esta última opción, si bien es menos usada, se considera como algo que la empresa planea utilizar en mayor proporción a futuro.

Una vez que los socios han sido definidos, ENow les envía los contratos de asociación para que sean firmados y formaliza la relación comercial.

Algunos de los países en los que actualmente la empresa tiene socios comerciales son Reino Unido, Suecia, Australia, Egipto, Malasia y Canadá.

1.1.8 Análisis Externo: la experiencia en Chile

El año 2009 la empresa decide ingresar al mercado sudamericano mediante el establecimiento de una base de operaciones en Chile. Durante este período, ENow se

enfocó en incorporarse al mercado nacional a través de la venta de productos y en ningún momento pretendió competir con los proveedores locales de servicios. Por esto, la definición de los factores externos que tuvieron relevancia para la empresa en Chile, sólo considera a la industria del software.

1.1.8.1 Competidores

Los principales competidores de la empresa en el área de productos son otros desarrolladores de soluciones, todos extranjeros, que apuntan a cubrir las mismas necesidades que Mailscape.

Los más significativos, identificados por la Empresa son:

- *Message Stats y Spotlight on Messaging*. Ambos programas son propiedad de la empresa norteamericana Quest. La principal diferencia con Mailscape, es que para obtener lo que ENow ofrece, el cliente debe adquirir ambos programas, cuyo valor es considerablemente más alto que el software de ENow. No obstante, es identificado como el principal competidor de la empresa.
- *PromodagReports*. Propiedad de la francesa Promodag, *PromodagReports* sólo tiene la característica de elaborar informes relacionados con Microsoft Exchange.
- *AppAnalyzer*. Al igual que el anterior, *AppAnalyzer*, propiedad de Syrana, sólo emite informes, y no cuenta con las funciones de monitoreo ni administración encontradas en Mailscape.

Existen también algunos programas sin costo para los consumidores (*opensource*), como es el caso de (a) *Spiceworks* de Orion, y (b) *Free Exchange Monitor* de Solarwinds. Según ENow, ninguno de estos *opensource* representa una amenaza real para Mailscape, pues ambos ofrecen sólo la opción de monitoreo. Los otros contras son que mientras que el primero agrega publicidad en el programa, el segundo sólo puede utilizarse para monitorear lo que está ocurriendo en el momento; o sea, si existe un grave problema, el administrador de la plataforma Exchange no será capaz de detectarlo a menos que se esté viendo lo que está pasando (no da aviso previo).

1.1.8.2 Regulaciones

La Ley de Impuesto a la Renta en Chile indica que cualquier persona (natural o jurídica) no residente y sin domicilio permanente en el país, debe gravar por las fuentes generadas en territorio nacional. En el caso de los programas computacionales, se gravan con un 15% sobre el precio final, el cual debe ser retenido y posteriormente pagado por el agente retenedor chileno, en este caso, los socios comerciales.

Esto sin duda alguna representa un inconveniente para la empresa, pues en otros países en los que comercializa sus productos no se cobra dicho impuesto cuando existe un acuerdo para evitar la doble tributación entre los países involucrados. En Chile existe un tratado de este tipo con Estados Unidos, y si bien dicho acuerdo se encuentra finalizado, aún no entra en vigencia.

Al mismo tiempo, la falta de regulación en cuanto a propiedad intelectual representa cierto grado de amenaza, porque a pesar de que los desarrolladores de Mailscape se han

esforzado en imposibilitar el hecho de que el programa puede ser copiado de manera ilegal, siempre existirá un margen de vulnerabilidad.

En el país existe una ley que protege los derechos de autor y propiedad intelectual (Ley N° 19.039), pero las medidas para hacer cumplir esta Ley aún son pocas. De acuerdo a un texto publicado por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE)⁵, Chile cuenta con un sistema para proteger los derechos de propiedad intelectual que, desde el punto de vista legal, cumple con las normativas internacionales generalmente aplicadas. A pesar de la existencia de un marco regulatorio, de las constantes modificaciones y mejoras que este instrumento legal ha tenido, la OCDE señala que lo que falta es lograr avances en su aplicación⁶.

1.1.8.3 Características del Mercado

Una de las barreras que ENow enfrentó al entrar al mercado chileno fue la diferencia cultural. Quizás porque las experiencias de la empresa en el exterior previo a su entrada a Sudamérica, han sido en países desarrollados, en donde, por su naturaleza económica, existe un mejor nivel de ingresos, un nivel superior de conocimientos de inglés y un respeto mayor por la propiedad intelectual y los derechos de autor.

Lo primero tiene que ver con el precio; el valor del software en un país como Francia, en donde el Ingreso per cápita es de casi US \$35.000, puede no significar un gran costo para una empresa. Sin embargo, comparado con Chile, en donde el ingreso per cápita no

⁵ Chile fue aceptado como miembro oficialmente el 11/01/2010.

⁶ No especificado, *Enhancing Market Openness, Intellectual Property Rights, and Compliance through Regulatory Reform in Chile*, OCDE, 2011. Página 10.

supera los US \$15.000, el valor a pagar por el mismo producto resulta relativamente más caro si se consideran las rentas en cada país.

Lo segundo, es que existe una barrera idiomática que es difícil pasar por alto. Hay una evidente falta de dominio en inglés, incluso en cargos de alta jerarquía.

En tercer lugar, vuelve a tener incidencia la piratería y la cultura chilena que en general tiende a no valorar la propiedad intelectual. En el país es muy fácil tener acceso a programas que no siendo *opensource*, están disponibles al público y por lo tanto, de ser posible acceder al uso de un programa que sirva como sustituto a las funciones ofrecidas por Mailscape, puede optarse por no comprar el Software.

1.2 Descripción de las funciones realizadas

1.2.1 Trabajo desarrollado

“Participación activa durante el proceso de inserción de ENow Inc. al mercado nacional, en donde la empresa decide crear asociaciones comerciales para la posterior venta de sus productos en el país”.

- Contacto con empresas nacionales con potencial de cliente, para realizar presentaciones de la empresa y sus productos.
- Gestión para obtener material publicitario y representativo de la empresa.
- Participación en las reuniones semanales con el equipo de la empresa.

- Asistencia en las reuniones introductorias a las empresas candidatas presentadas por la Ejecutiva Comercial del Departamento de Comercio de la Embajada de Estados Unidos. Reuniones realizadas durante 2 días en Santiago.
- Asistencia en las presentaciones de la empresa a los potenciales clientes, contactados por los socios comerciales chilenos. Dichas reuniones se llevaron a cabo en las ciudades de Santiago y Valparaíso, a empresas como Entel, Metro S.A., Payroll y CCNI.
- Participación pasiva en las conferencias virtuales realizadas entre ENow y sus socios comerciales en el extranjero, así como en presentaciones para posibles compradores extranjeros.
- Tramitación de los documentos para formalizar la asociación entre los socios comerciales y la empresa.
- Contacto directo y constante con los socios comerciales y potenciales clientes para la coordinación de reuniones en Santiago.

1.2.2 Razones que impulsan el tema a desarrollar

Chile se ha caracterizado durante las últimas décadas por poseer una economía abierta, en donde los altos flujos de comercio exterior determinan parte importante de los ingresos del país. En esta tendencia inciden de manera particular las exportaciones de servicios, pues si bien es cierto que su porcentaje de participación en el total de las exportaciones chilenas no alcanza a superar el 15%, se prevé que a futuro iguallen las exportaciones nacionales de bienes.

Dentro de la oferta exportable de servicios, se encuentran aquellos relacionados con la industria de las TIC, las cuales han cobrado una relevancia considerable en el contexto de una sociedad globalizada, liderada por el conocimiento, en la que la innovación tecnológica es clave para el desarrollo.

Existe un mercado cada vez más grande, en donde la demanda supera con creces la disponibilidad de oferta, y en el cual se espera que la tendencia de expansión se mantenga en el futuro. Por eso, es importante evaluar el tamaño y las características de la oferta chilena de estos servicios, y determinar cuáles son las condiciones de estas prestaciones y los factores que retrasan su crecimiento.

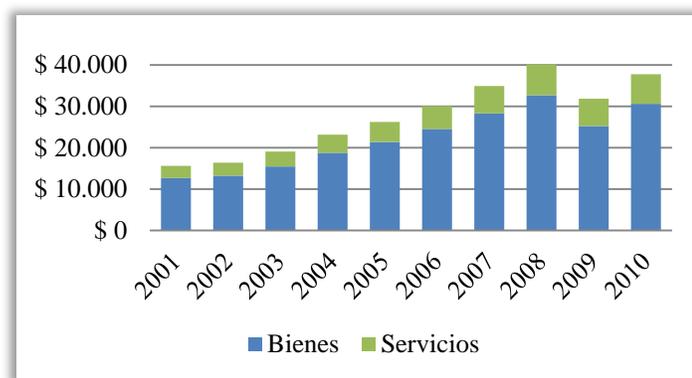
Capítulo 2. MARCO TEÓRICO

2.1 Intercambio Comercial Mundial

El intercambio comercial entre países se entiende como la suma entre las exportaciones y las importaciones de un país a otro, tanto de bienes como de servicios. Por ejemplo, se dice que las exportaciones de un país X, más sus importaciones, determinan su intercambio comercial con el mundo.

La evolución de este intercambio, depende entre otros factores, de la apertura comercial lograda mediante la contratación de acuerdos bilaterales y multilaterales que buscan mejorar las condiciones para el comercio de bienes y servicios entre países, de la innovación tecnológica, y de la globalización que se produce al complementar los factores anteriores.

Gráfico 1. Intercambio Comercial Mundial, (US MM), 2001-2010.



FUENTE. Elaboración propia. Datos sacados de la Organización Mundial del Comercio (OMC).

Los bienes han predominado, de forma notoria e indiscutible, en el intercambio comercial mundial; no obstante, los servicios de a poco han ido tomando peso tanto en importaciones como en exportaciones de pequeñas economías y grandes potencias.

De acuerdo a cifras oficiales de la OMC, el intercambio comercial mundial el 2010 fue de US MM\$ 37.781. De esa cantidad, el intercambio de servicios fue equivalente al 19% del total del comercio mundial de mercancías y servicios, y a su vez, las exportaciones de éstos últimos representaron el 19,4% del intercambio de servicios.

2.2 Definición de Servicios

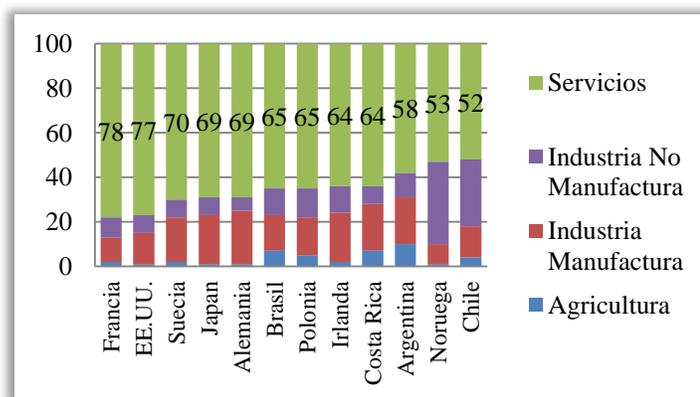
De acuerdo al diccionario de la Real Academia Española, un servicio es una “prestación humana que satisface alguna necesidad social y que no consiste en la producción de bienes materiales”. Es también el equivalente en economía a un bien, y aunque son cosas totalmente distintas, un servicio se puede utilizar en la producción de un bien, y un bien puede ser utilizado en la prestación de un servicio.

Para determinar qué es un servicio, existen características propias de estos, como por ejemplo su intangibilidad, puesto que no pueden ser tocados o medidos físicamente. Otro rasgo propio es su condición de heterogéneo, ya que no existen dos servicios iguales. Asimismo, un servicio tiene la distinción de no poder almacenarse y de ser simultáneo, puesto que los servicios son prestados y consumidos en el mismo período de tiempo.

Los servicios están presentes en casi todas las actividades de la economía, ya sea en industrias destinadas a la producción de bienes en las que intervienen los servicios o en industrias que prestan exclusivamente servicios. En el primer caso, se pueden nombrar ejemplos como la producción de frutas, en las que interviene el transporte, para poder trasladar la producción a su distribuidor o consumidor final. En el segundo caso, estas industrias son creadas para proveer servicios, como lo es, por ejemplo, la del turismo.

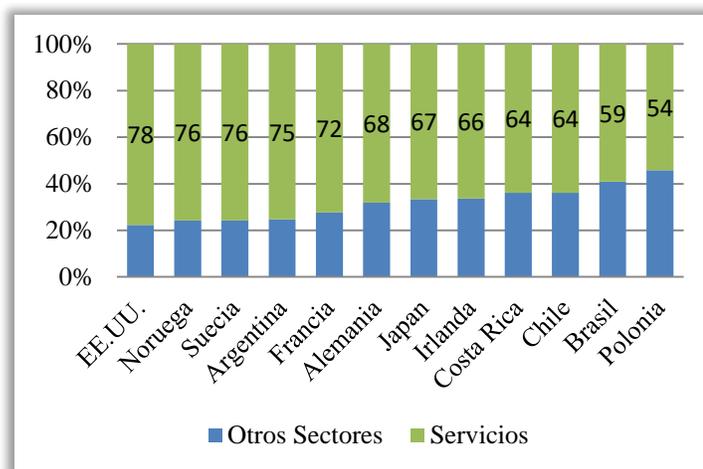
Este sector constituye una parte importantísima en la economía de un país y en la mayoría de los países desarrollados o en vías de desarrollo esta industria representa más del 50% del Producto Interno Bruto (PIB, Ver Gráfico 2). Con respecto al empleo generado a partir de actividades de servicios, su crecimiento ha coincidido con el desplazamiento del empleo desde los otros sectores, y en este mismo tipo de países tiene una participación de más de la mitad del total del empleo nacional (Ver Gráfico 3).

Gráfico 2. Participación de los servicios en el PIB, año 2008



Fuente: Elaboración propia. Datos sacados del Foro Económico Mundial (FEM).

Gráfico 3. Participación de los servicios en el empleo, año 2007



Fuente: Elaboración propia. Datos sacados del Banco Mundial.

2.3 Comercio de Servicios

Con respecto al rol que juegan los servicios en el intercambio comercial mundial, estos han tenido un crecimiento más lento y una participación menor en su comercialización en comparación con su protagonismo en las actividades económicas de cada país.

Parte importante de lo anterior, es que se dificulta la medición del comercio de servicios tanto entre residentes y no residentes, como en los establecimientos de empresas a través de sucursales o filiales en otros países.

En Chile, la exportación de servicios el 2010 representó un 5,3% del PIB⁷, y a la vez el 0,3% del total de las exportaciones de servicios mundiales, las cuales tuvieron un

⁷ PIB 2010 US \$203.925 millones, Fuente: Fierro, Pamela, *PIB de Chile llega a los US\$ 200 mil millones en 2010 y supera en tamaño a Israel y Pakistán*, Diario La Tercera. 19 de Marzo de 2011.

crecimiento con respecto al 2009 del 8%, y ese año sumaron US MM\$3.664, posicionado a Chile en el lugar 47 de 120 países que registran operaciones de envío de servicios a otros países⁸.

2.3.1 Factores de Crecimiento del Comercio de Servicios

Si bien la evolución del comercio de servicios a nivel internacional puede deberse a varios motivos, se tiende a concluir que el factor que más favorece a este intercambio es la globalización⁹. Dicho proceso, ha impulsado a las empresas a apostar por la participación en mercados más abiertos y por ende, más competitivos, lo que ha sido posible mediante la existencia de varios factores que han incidido en el fortalecimiento de las exportaciones de servicios, como lo son el *offshoring* y los acuerdos que se han firmado en pos de la liberalización sectorial.

2.3.1.1 Offshoring

El *Offshoring*, también conocido como deslocalización, es el traslado de una o varias funciones de una empresa hacia el exterior del país. Esta decisión puede ser tomada principalmente por tres motivos: la reducción de costos, el aumento en la competitividad y la escasez de personal con calificaciones específicas¹⁰.

⁸ Base de Datos Estadísticos de la Organización Mundial del Comercio (OMC), <http://www.wto.org>.

⁹ Martínez, Jorge, Padilla, Ramón y Schatan, Claudia, *Comercio Internacional: de bienes a servicios. Los casos de Costa Rica y México*. Publicación de la Unidad de Comercio Internacional e Industria de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). México, marzo de 2008, página 21.

¹⁰ *Proyecto Red de Investigación sobre el Offshoring*, IESE Business School, Universidad de Navarra. <http://www.iese.edu/es/events/anselmorubiralta/Offshoring/Proyecto/Sobreelproyecto.asp>. 20.06.2011, 13.45 PM.

Existen distintos niveles de control y ubicación de los procesos que están siendo trasladados, y podrá tratarse de Exportación o Inversión, dependiendo del caso (Ver Tabla 1).

Tabla 1. Tipos de Offshoring

| | | Localización | |
|---------|------------------------|-----------------------|---------------------------------------|
| | | Nacional (Onshore) | Internacional (Offshore) |
| Control | Propio (Insource) | Provisión Interna | Offshoring Cautivo (Inversión) |
| | Externo (Outsource) | Outsourcing Local | Offshore Outsourcing (Exportación) |

FUENTE: López, Andrés, Ramos, Daniela y Torre, Iván. Las Exportaciones de Servicios de América Latina y su integración en las Cadenas de Valor Globales. Documento de Proyecto, CEPAL, página 36.

El nivel de Control del *offshoring* dependerá, entre otras cosas, de la inversión requerida, de la aversión o preferencia al riesgo de la empresa que está realizando el traslado y de su experiencia. La ubicación en cambio, dependerá de razones como la disponibilidad de recursos y mano de obra en el lugar al que se quiere trasladar el o las funciones y de la relación costo/efectividad que se ahorra/gana al decidir hacer o no *offshoring*.

El *offshoring*, entonces puede darse de 2 maneras, (a) en el extranjero a través de una sucursal o subsidiaria de la empresa, o (b) en el extranjero a través de una empresa ajena a la interesada.

En la primera, la empresa nacional traslada todas o parte de sus actividades a sus sucursales en el exterior, convirtiéndose esto en Inversión Extranjera Directa (IED). En la segunda forma de *offshoring*, estas actividades productivas son realizadas en otro país por una empresa que opere a nivel local distinta a la que está externalizando, y deberá regirse por las normativas técnicas y de producción de la empresa contratante generándose de este modo una Exportación (desde el país desde donde se están realizando los procesos productivos, hacia el país de la empresa que los está solicitando).

2.3.1.1.1 Historia y Evolución

A pesar de que el *offshoring* se potenció como modelo de negocios a mediados del siglo XX, al finalizar la Segunda Guerra Mundial, su foco fueron procesos productivos de la industria manufacturera. No es sino hasta finales de la década de los 90 que, gracias al desarrollo de tecnologías y a los masivos procesos de globalización, surge el *offshoring* de servicios como alternativa a la prestación local de servicios.

Como se describió anteriormente, las exportaciones de servicios a nivel mundial representa poco menos del 20% del total del comercio internacional (versus las Importaciones mundiales de servicios, con un 81%). A pesar de esto, el crecimiento en los niveles de difusión de TIC y su aplicación en casi todas las actividades económicas de un país hace creer que la proporción de exportaciones de bienes/servicios podría verse inclinada a favor del incremento de los envíos de servicios¹¹.

¹¹ Martínez, Jorge, Padilla, Ramón y Schatan, Claudia, *Comercio Internacional: de bienes a servicios. Los casos de Costa Rica y México*. Publicación de la Unidad de Comercio Internacional e Industria de la CEPAL. México, marzo de 2008. Página 21.

Esto último debido a que, a diferencia de la producción de bienes, los servicios están menos limitados a la disponibilidad de recursos materiales y no renovables, y dependen más del desarrollo humano y del desarrollo de tecnologías.

2.3.1.1.2 Offshoring de Servicios

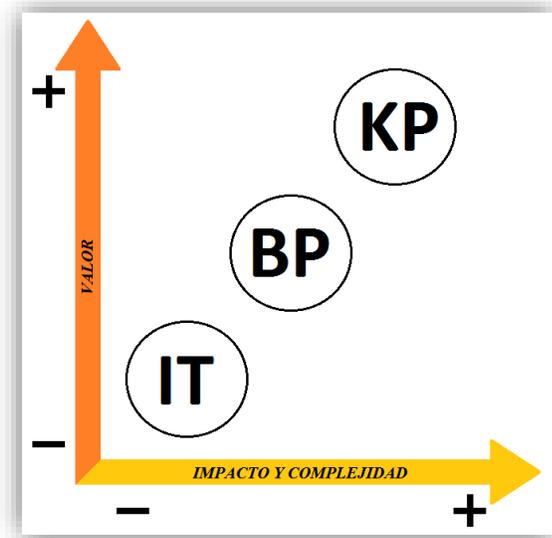
Las actividades que son *deslocalizadas* pueden tratarse de tareas básicas de la empresa o de funciones con grados de complejidad más altos, y la decisión de trasladarlas fuera del territorio nacional, como ya se explicó, radica mayoritariamente en la necesidad de reducción de costos de producción y de aumento en la productividad.

En principio, las empresas solían externalizar internacionalmente operaciones básicas y de baja complejidad, para poder concentrar sus esfuerzos en aquellos procesos que resultaban ser esenciales para el negocio principal¹², pero una nueva tendencia indica que hoy en día son muchas las empresas que optan por *offshorizar*, además, actividades más complejas.

Los procesos que pueden ser sujetos de *Offshoring* se dividen en 3 grandes áreas (a) Information Technology (IT – Tecnologías de la Información), (b) Business Process (BP – Procesos de Negocios), y (c) Knowledge Process (KP – Procesos de Conocimiento). Cada uno de estos tiene distintos niveles de complejidad, y por lo mismo aportan más o menos valor (Ver Ilustración 2).

¹² Martínez, Jorge, Padilla, Ramón y Schatan, Claudia, *Comercio Internacional: de bienes a servicios. Los casos de Costa Rica y México*. Publicación de la Unidad de Comercio Internacional e Industria de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL). México, marzo de 2008, página 21.

Ilustración 2. Cadena de valor del offshoring de servicios



FUENTE: Elaboración propia. Datos sacados de Álvarez, Carlos. Chile, plataforma de Servicios Globales. Presentación del Vicepresidente Ejecutivo de CORFO.

- a. Information Technology. Se refiere a los procesos tecnológicos de una empresa, y en relación al resto de los procesos, es el más simple de los servicios prestados a distancia, pues la calificación del personal necesario para llevarlos a cabo no es alta, ni tampoco lo es su nivel de complejidad. Algunas de las actividades de IT que se deslocalizan son desarrollo de software, consultorías y soporte técnico, por nombrar algunos.
- b. Business Process. Su nivel de complejidad es más alto que el requerido en actividades en procesos IT, y más que en el costo, su contratación se centra en el dominio del negocio, por ende, este proceso, aporta un mayor valor. Ejemplos de

esto son los centros de llamados (o *Call Centers*), la gestión de pagos a empleados, cobranzas y manejos de Inventarios.

- c. Knowledge Process. Es el proceso que abarca las actividades más complejas, y que, por ende, requiere calificaciones específicas pues se trata de la externalización del conocimiento. Tales son los casos de los servicios legales, servicios financieros, análisis de mercados y otros análisis estratégicos.

2.3.1.2 Acuerdos Comerciales

La apertura en las economías mundiales se ha logrado en gran parte gracias a la existencia de acuerdos bilaterales y multilaterales que favorecen el desarrollo del intercambio internacional y el aumento en la competitividad a nivel global.

El Acuerdo General sobre el Comercio de Servicio (AGCS), y la existencia y creciente popularidad de la firma de acuerdos entre países para evitar la doble tributación, son instrumentos que contribuyen a impulsar el comercio de servicios.

2.3.1.2.1 Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios

El Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (ACGS – *General Agreement on Trade in Services*, GATS, por sus siglas en inglés), entró en vigencia a principios de 1995, y se creó al mismo tiempo que la Organización Mundial de Comercio (OMC), como resultado de las negociaciones de la Ronda de Uruguay. En principio, sus adherentes fueron los 128 países miembros de la OMC, y su objetivo primordial lo comparte con el Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (*General Agreement on Tariffs and Trade*, GATT por sus siglas en inglés): liberar de forma

progresiva el comercio entre los estados miembros, haciéndolo mediante normas equitativas que aseguren la igualdad entre las naciones.

Estas medidas o principios, sobre los cuales gira el AGCS son:

- **Ámbito de Aplicación.** Cubre los modos de suministro de prestación propuestos en el ACGS.
- **Nación Más Favorecida (NMF).** Indica que los miembros otorgarán a sus pares comerciales internacionales el mismo trato para todos los miembros extranjeros prestadores de servicios (de existir excepciones a este principio, deben ser expuestas por cada país en cada Acuerdo).
- **Trato Nacional.** El trato otorgado a los proveedores extranjeros de servicios será el mismo que debe darse a aquellos nacionales (también pueden haber excepciones, y los países deben agregarlas a sus listas de compromisos).
- **Transparencia.** Respecto de todas las medidas tomadas que sean pertinentes al Acuerdo en cuestión, los miembros se comprometen a publicarlas, y a proporcionar las informaciones reglamentarias requeridas por los otros miembros.
- **Pagos y Transferencias.** Sólo con la excepción de la existencia de dificultades financieras en sus Balanzas de Pagos, ninguna Parte podrá mantener restricciones a los pagos y transferencias internacionales.
- **Compromisos.** Cada país tendrá una lista de compromisos que haga en los sectores o subsectores que así lo requieran.

- Liberación progresiva, la cual se logrará por medio de negociaciones continuas, en las que cada vez se pretenderá ir desarrollando temas que reflejen barreras a la mayor apertura del comercio entre los mercados.

En el Ámbito de Aplicación, el Acuerdo reconoce 4 modos de suministro de servicios:

- a. Comercio Transfronterizo (Modo 1). Se entiende como la prestación de servicios hecha desde el territorio del proveedor hacia el territorio del consumidor, esto es, el servicio cruza la frontera (física o virtualmente). En Chile, el Servicio Nacional de Aduanas sólo reconoce esta modalidad como suministro internacional de servicios. Ejemplos: servicios de consultoría, ingeniería, investigaciones de mercado, transporte terrestre de carga.
- b. Consumo en el Extranjero (Modo 2). Esta situación se da cuando es el consumidor es el que se desplaza hacia el territorio del proveedor del servicio para adquirirlo allí. Ejemplos: servicios médicos, turismo, educación.
- c. Presencia Comercial (Modo 3). En este caso el proveedor del servicio establece una sucursal o una oficina permanente en el territorio de otro país para, desde allí, prestar el servicio. Este modo de suministro se regula por la normativa nacional de inversión en el extranjero. Ejemplos: Sucursales de bancos en el extranjero.
- d. Presencia de Personas Físicas (Modo 4). Es el desplazamiento de personas (empleadas o independientes) de un país a otro para prestar un servicio.

El AGCS funciona sobre la base de compromisos adquiridos por los países signatarios, a través de listas diferenciadas entre Generales y Específicas. Las primeras son aplicadas a los 160 sectores cubiertos en el Acuerdo, y se basa en el principio de Nación Más Favorecida. Las segundas, o compromisos específicos, son adoptados por cada gobierno solamente en aquellos sectores de servicios que está dispuesto a liberalizar y se basa en los principios de Trato Nacional y Acceso a Mercados.

2.3.1.2.1.1 Clasificación de servicios de Acuerdo a la OMC

La Organización Mundial del Comercio tiene una clasificación especial para los servicios, conocida como la *Lista de Clasificación Sectorial de los Servicios W/120*, la cual está dividida en 12 sectores y 155 subsectores de servicios. Esta clasificación se usa generalmente cuando se negocian servicios.

En el caso de Chile, ProChile utiliza y recomienda esta Lista para relacionarse con otros países y hablar en los mismos términos al momento de negociar y promocionar los servicios nacionales.

2.3.1.2.2 Acuerdos para evitar la Doble Tributación

La doble tributación internacional significa el pago de impuestos realizado por un contribuyente sobre una misma actividad en un mismo período de tiempo y percibido por dos Estados a la vez; afecta principalmente al Impuesto a la Renta, y se produce debido a que muchos países utilizan el Principio de Renta Mundial para imponer.

Este principio señala que todas las personas domiciliadas o residentes de un Estado deben gravar sobre sus ingresos sin importar el origen de estos ni el lugar en el que se

produjeron; para las personas no residentes se considera el gravamen sobre los ingresos generados dentro del país.

La doble tributación internacional queda fuera de las negociaciones de un acuerdo comercial, y es tratado de manera independiente a través de acuerdos para evitar la doble tributación. Para lograr una apertura en sus mercados, y por ende, en la economía de un país, es que se han firmado numerosos convenios de este tipo en el mundo.

Con la existencia de este tipo de acuerdos, los Estados se comprometen, por un lado, a beneficiar a los residentes del otro país signatario, a través de la reducción de tasas impositivas o la eliminación de impuestos que graven entre otras cosas, sus rentas, y por otro lado, a eliminar aquellos impuestos doblemente gravados a sus propios residentes, respecto de las rentas obtenidas en el otro Estado. Para esto establecen, entre otras cosas, las reglas que determinan cual de los Estados involucrados puede imponer sobre las rentas, los sujetos, los tipos de impuestos y sus tasas, entre otros¹³.

2.3.1.2.2.1 Medidas para evitar la Doble Tributación en Chile

Para eliminar o disminuir la Doble Tributación Internacional en Chile existen ciertos instrumentos¹⁴:

- a. *Medida Unilateral*. Se aplica cuando no existe o no se encuentra vigente un Convenio con el otro país en donde también se está imponiendo.

¹³ No especificado, *Tratados de Libre Comercio y Tratados para Evitar la Doble Tributación*, <http://www.sii.cl>, Normativa y Jurisprudencia, 16.04.2011, 10.40 AM.

¹⁴Piña, Joaquín, *La Deslocalización en funciones no esenciales en las empresas: Oportunidades para exportar servicios. El caso de Chile*. División de Comercio Internacional e Integración de la CEPAL. Santiago, septiembre de 2005. Páginas 45-56.

Mediante el artículo 41-A de la Ley de la Renta nacional se puede recuperar hasta el 20%¹⁵ de los impuestos pagados o que hayan sido retenidos en el extranjero. El problema de esto radica en que la medida es aplicable para la reducción de los Impuestos de Primera Categoría solamente, y por ende no puede ser aprovechada por cualquier empresa que se dedique a la prestación de servicios (Ejemplo de esto es una sociedad de personas, pues no están afectas al Impuesto de Primera Categoría).

- b. *Convenios de Doble Tributación.* Su objetivo es reducir o eliminar del todo la doble tributación que se produce entre los países signatarios. De los métodos existentes, Chile aplica casi en su totalidad el modelo de la OCDE, que indica que el impuesto se paga en el país en que se genera la renta, y cubre hasta un 30% sobre la renta generada en el extranjero.
- c. *Ley Plataforma de Inversiones.* Esta Ley fue integrada a la legislación nacional en el 2002 bajo la Ley de la Renta para fomentar la Inversión Extranjera en el país y las inversiones nacionales en el extranjero. Con el propósito de eliminar la triple tributación que se produce cuando hay inversiones que utilizan a Chile como plataforma para realizar inversiones en otros países de la zona, se utiliza el llamado “sistema de extraterritorialidad”, y lo que hace es eximir a los inversionistas

¹⁵ Ese porcentaje corresponde al Impuesto de Primera Categoría. A raíz del terremoto que afectó al país a principios del 2010, se determinó que el Impuesto a la Renta de Primera Categoría sufriría un aumento al 20% para el 2011, el que irá disminuyendo a 18,5% el 2012, hasta bajar a 17% el 2013. FUENTE: Servicio de Impuestos Internos, <http://www.sii.cl>, Temas de Ayuda. 18.04.2011, 9.20 AM.

extranjeros del pago en Chile del Impuesto a la Renta que debieran pagar por las utilidades obtenidas de los servicios o inversiones allí generadas, y se aprovechan también las ventajas ofrecidas por el país, generando por ejemplo fuentes de trabajo a chilenos.

- d. *Otras Regulaciones.* En Chile existe un Impuesto Adicional a la Renta de personas no residentes, el cual equivale a un 15% que debe ser pagado por la Importación de un Software extranjero. También imponibles con esa tasa adicional, son las rentas obtenidas por la prestación de servicios profesionales o técnicos prestados en Chile o en el extranjero.

2.3.1.2.2.2 La Doble Tributación Internacional en la Exportación de servicios en Chile

De acuerdo al Servicio de Impuestos Internos, las rentas obtenidas por la prestación de un servicio desde territorio nacional para su utilización en el exterior, son de fuente chilena, y conllevan a una doble tributación internacional, lo que, al igual que en otros sectores, es de suma importancia pues constituye una de las principales barreras de acceso a mercados extranjeros.

Un proveedor nacional de servicios en el exterior obtiene su renta en el país en donde prestó sus servicios, por lo que su renta se ve afectada en ese país y también en Chile una vez ingresada a territorio nacional; esto constituye entonces una doble imposición, aumentando los costos del productor nacional y por ende, aminorando su competitividad en los mercados extranjeros.

2.4 Exportación de servicios en Chile

Los servicios están considerados dentro de las exportaciones No Tradicionales del país¹⁶, y al mismo tiempo, se clasifican de acuerdo a 3 tipos¹⁷: (a) Transporte, (b) Viajes (ambos considerados Servicios Tradicionales) y aquellos considerados (c) No Tradicionales (NT – que cubren básicamente todos los servicios no contenidos en los servicios de Transporte y Viajes). Esta clasificación está hecha en base al Manual de Balanzas de Pago del Fondo Monetario Internacional de 1993, y sólo registran parte de los servicios exportados por Chile (Modo 1 de prestación de servicios, definidos en el AGCS).

- (a) Los servicios de Transporte, incluyen los marítimos, aéreos y otros, y se sub-clasifican en:
- i. Pasajeros. Incluyen los servicios de transporte internacional de personas no residentes prestados por empresas residentes en territorio nacional (desde y hacia Chile, y entre ciudades y países extranjeros).
 - ii. Fletes. Comprenden los servicios de transporte internacional de bienes.
 - iii. Otros. Son aquellos servicios requeridos por vehículos de transporte que no sean residentes, obtenidos durante su estadía en territorio nacional.

¹⁶ Se consideran Exportaciones No tradicionales, los envíos al exterior de todos los productos (incluidos los servicios) que no son: cobre, harina de pescado, celulosa, hierro, salitre, plata metálica, óxido y ferromolibdeno, minerales de oro, madera aserrada y cepillada y metanol.

¹⁷ No especificado, *Conceptos y Definiciones Básicas de la Balanza de Pagos y Posición de Inversión Internacional, Balanza de Pagos de Chile 2010*, Banco Central de Chile. Santiago, Mayo de 2011. Páginas 192-195. Disponible en <http://www.bcentral.cl>.

(b) Los servicios de Viaje, incluyen todos aquellos gastos generados por el consumo de bienes y servicios realizados por viajeros no residentes, durante su estadía en Chile, y se clasifican dependiendo se trate de Viajes de Negocios, o Personales. (No incluyen los gastos en pasajes internacionales).

(c) Los servicios No Tradicionales son desglosados de la siguiente forma:

- i. Servicios de Comunicaciones. Son todas aquellas transacciones de comunicación entre personas residentes y no residentes – incluye servicios postales, de mensajería y telecomunicaciones.
- ii. Servicios de Construcción. El Banco Central no incluye cifras de este sector, pues según investigaciones de la Institución, la prestación en el exterior de este tipo de servicios, generalmente implica la constitución legal de la empresa prestadora en el país de destino, convirtiéndose así en residente de este.
- iii. Servicios de Seguros. Se refieren a aquellos servicios de seguros y reaseguros internacionales realizados por personas y empresas aseguradoras, como los seguros de vida, marítimos, de flete, entre otros.
- iv. Servicios Financieros. Se consideran en este ítem todos los gastos y comisiones en servicios relacionados con operaciones financieras internacionales.
- v. Servicios de Informática e Información. Son considerados aquí cualquier actividad relacionada con procesamiento de información, desarrollo de programas computacionales (software), ases de datos, diseño,

implementación y conectividad de redes, integración de sistemas, soporte técnico, asesorías y capacitación en temas computacionales.

vi. Regalías y derechos de licencia. Son las transacciones realizadas entre residentes y no residentes por el uso autorizado de activos intangibles (no financieros no producidos) y derechos de propiedad intelectual, que incluyen patentes, marcas registradas, derechos de fabricación, entre otros.

vii. Otros Servicios Empresariales

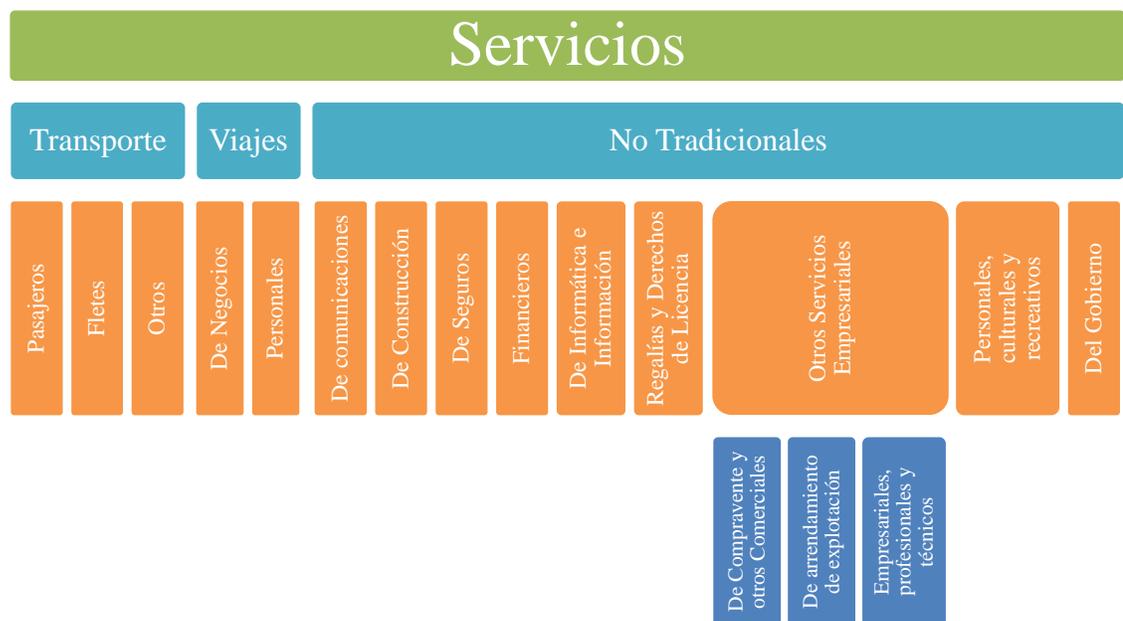
- Servicios de compraventa. Se refiere a las comisiones percibidas entre comerciantes por intercambios de bienes y servicios.
- Servicios de arrendamiento de embarcaciones, aeronaves, y equipos de transporte sin tripulación.
- Servicios empresariales, profesionales y técnicos varios. Estos servicios incluyen los honorarios pagados por servicios jurídicos, de asesoramiento, de arquitectura, publicidad, investigación de mercado y mineros, por nombrar algunos.

viii. Servicios Personales, Culturales y Recreativos

- Servicios Audiovisuales y Conexos. Están acá incluidos todos los servicios relacionados con la producción de películas, programas radiales y de televisión, producciones teatrales y musicales, encuentros deportivos, entre otros. También se incluyen los honorarios pagados a las personas directamente involucradas en el proceso creativo, y los derechos de distribución.

- Otros. Estos servicios son aquellos que tienen relación con museos, bibliotecas, y instituciones afines, además del resto de actividades culturales, deportivas y recreativas.
- ix. Servicios de Gobierno. Se refiere a todos los gastos en bienes y servicios hechos por diplomáticos y otros organismos internacionales dentro de territorio nacional

Ilustración 3. Clasificación de las exportaciones de servicios.



FUENTE. Elaboración propia. Datos sacados de las Balanzas de Pagos del Banco Central de Chile.

Además de la mencionada clasificación hecha por el Banco Central, existe un procedimiento para que estos servicios accedan a diferentes beneficios. Para esto el servicio que se quiere exportar debe cumplir con una serie de requisitos y debe

presentarse su solicitud ante la Dirección Nacional de Aduanas (DNA), para obtener lo que se conoce como Calificación de un Servicio como Exportación.

2.4.1 Exportación de Servicios Calificados

De acuerdo a la Ley 18.768 de 1988, es el Servicio Nacional de Aduanas (SNA) el organismo encargado de determinar si un servicio califica o no como exportación. Para esto, en el 2007, y por medio de la Resolución Exenta 2511 de ese año, se estipulan los requisitos que debe reunir un servicio para ser considerado exportable, y también se indican cuáles servicios han sido ya autorizados para esto, por medio de la Lista de Servicios Calificados como Exportación, amparados en glosa arancelaria 25000000 del Sistema Armonizado Arancelario.

Los servicios incluidos en la Lista anexada a la Resolución Exenta 2511/07, no tendrán que volver a ser calificados. No obstante, todos los servicios que se quieran exportar, estén o no previamente calificados, deben cumplir con ciertas condiciones:

- El servicio debe ser prestado en el territorio nacional, a personas no residentes ni domiciliadas en Chile.
- El servicio debe ser utilizado sólo en el extranjero.
- La existencia y el valor del servicio prestado deben ser verificables.
- La persona o empresa que presta el servicio debe hacerlo desde Chile, y debe tener residencia o domicilio en el territorio nacional.

Si un servicio que se quiere exportar no se encuentra incluido en la Lista de Servicios Calificados como Exportación, el exportador podrá solicitar la calificación ante la DNA.

Existen ciertos servicios que no son considerados como exportación, y que tampoco pueden optar a la calificación. Estos son:

- Servicios prestados por comisionistas
- Servicios dedicados al arriendo de bienes de capital y marcas comerciales
- Servicios destinados a iniciar o permitir cualquier actividad de importación de bienes

2.4.1.1 Beneficios

Una vez que la calificación del servicio está aprobada, su respectiva resolución emitida y se considera como exportación, los prestadores de éstos tienen derecho a los siguientes beneficios:

- a. De carácter tributario.
 - Exención del Pago de Impuesto de Valor Agregado (IVA) – Decreto Ley 825/74, Artículo 12, Letra E, N° 16. Aquellos servicios considerados como Exportación no están sujetos al pago del Impuesto de Valor Agregado al momento de emitir su factura de Exportación.
 - Devolución del IVA – Decreto Ley 825/74, Artículo 36. El Impuesto de Valor Agregado pagado por bienes o servicios adquiridos para la

prestación del servicio considerado como Exportación podrá ser recuperado por el exportador.

b. De carácter aduanero.

- Devolución de Derechos – Ley 18.708 de 1988. El exportador podrá pedir la reintegración de los derechos aduaneros y otros gravámenes que haya pagado al importar insumos que hayan sido necesarios para la prestación del Servicio.

2.4.1.2 Proceso de Exportación de un Servicio Calificado

En Chile cualquier persona natural o jurídica puede constituirse como exportador (incluso un extranjero con residencia en territorio nacional), siempre y cuando mantenga sus compromisos de pago con el fisco al día y haya iniciado sus actividades. Para esto debe acercarse al Servicio de Impuestos Internos (SII) correspondiente a su jurisdicción y proceder a iniciar sus actividades (si es que no está previamente constituido) o ampliar su giro a actividades de exportación.

Habiendo ya regularizado su condición de exportador, y consecuentemente estudiado los mercados teniendo claro el destino de su exportación, el proveedor procede a contactar al importador (o viceversa) y ambos acuerdan los términos de la prestación.

Para acceder a los beneficios tributarios y aduaneros, el exportador debe solicitar la calificación del servicio que quiere exportar. Este trámite dependerá de la existencia previa de dicha calificación.

- **Calificación Específica.** Es para aquellos servicios que no han sido previamente calificados por la DNA, y por ende no cuentan con una resolución ni están contenidos en la Lista de Servicios Calificados como Exportación. En este caso, el exportador deberá presentar una solicitud de Calificación con los antecedentes del servicio ante la DNA, para que esta pueda determinar si cumple o no con los requisitos contenidos en la Resolución Exenta 2511/07 del SNA. En no más de 35 días hábiles de realizada la solicitud (y presentados los datos) la DNA emitirá la resolución (si es que la Calificación es efectiva), la incluirá en la Lista de Servicios Calificados como Exportación y enviará una copia de dicha resolución al SII.
- **Calificación General.** Esto se aplica para todos los servicios que están incluidos en la Lista de Servicios Calificados como Exportación, anexada a la Res. Exenta 2511/07. Mientras que estos servicios cumplan con los requisitos estipulados en la mencionada resolución, la vigencia de la calificación será indefinida.

Cabe destacar, que la resolución emitida por cada servicio calificado, se realiza de manera genérica, y la calificación se dirige al tipo de servicio del que se está hablando, no al contribuyente que la solicita.

Cuando al servicio que se quiere exportar le es negada la calificación, el exportador podrá presentar antecedentes fundamentados para acceder a una reconsideración.

Una vez que el servicio ha sido calificado, el exportador está en libertad de emitir la factura de exportación (exenta de IVA). Sin embargo, debe tramitar el Documento

Único de Salida (DUS) que corresponda según el caso, y para esto debe presentar la copia de la Factura y la copia de la resolución emitida por la DNA.

Las características, tramitación y presentación del dependerán del DUS:

- Servicio contenido en un algún tipo de soporte físico. Si el servicio que se quiere exportar, va contenido en un “bien corporal mueble”, es necesaria la presentación de un DUS Aceptación a Trámite¹⁸ y un DUS-Legalización¹⁹.
- Servicio NO contenido en un algún tipo de soporte físico. Al no estar contenidos en ningún tipo de bien, se entiende que la transmisión o envío del mismo puede ser efectuada a través de medios electrónicos o virtuales que así lo permitan. Sólo es necesaria la presentación de un DUS-Legalización. Cuando el exportador haya realizado en un mismo mes 2 o más facturas hacia un mismo país de destino, podrá presentar un DUS global que contenga las facturas del período.
- Servicios valorados hasta en USD 2.000. En vez de un DUS, podrá tramitarse un Documento Único de Salida Simplificada (DUSSI)²⁰ cuando el valor del servicio a exportar no supere los USD 2.000; para esto no es necesaria la participación de un Agente de Aduanas.

¹⁸ O DUS Primer Mensaje, es el documento que debe presentarse ante la Aduana antes de solicitar el ingreso de las mercancías a zona primaria. *FUENTE: Compendio de Normas, Capítulo 4: Salida de Mercancías. Servicio Nacional de Aduanas de Chile.*

¹⁹ O segundo mensaje del DUS, es la etapa en la que, una vez que los requisitos legales y reglamentarios han sido cumplidos, se permite la salida legal del país a las mercancías. Cuando Aduana lo autoriza, este DUS-Legalización constituye la Declaración de Aduana. *FUENTE: Compendio de Normas, Capítulo 4: Salida de Mercancías. Servicio Nacional de Aduanas de Chile.*

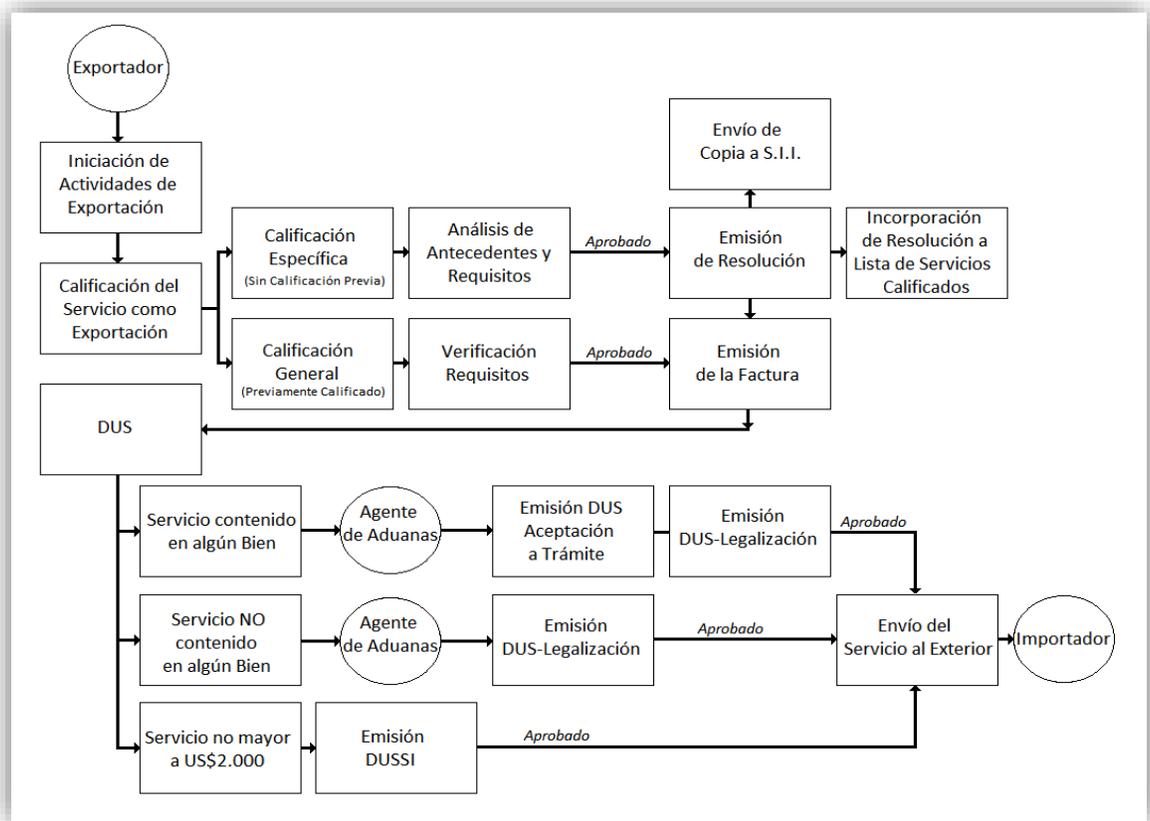
²⁰ Se puede utilizar cuando no se requiere el DUS-Legalización y no es necesaria la intervención de un Despachador de Aduana (Agente). Es una tramitación simplificada a la que los Servicios calificados como Exportación pueden acceder. *FUENTE: Compendio de Normas, Capítulo 4: Salida de Mercancías. Servicio Nacional de Aduanas de Chile.*

Algunos detalles con respecto a la elaboración del DUS, son, por ejemplo, que la modalidad de venta de estas exportaciones siempre debe ser “a firme”, y como Valor FOB se entiende el valor de la factura de exportación, o sea, el monto por el que el servicio fue valorado por su prestador. Además, corresponde a los Servicios Calificados como Exportación el Código de Operación 202, o 203 si se tratase de servicios valorados en no más de US\$2.000.

Cuando el DUS-Legalización o DUSSI (según corresponda) haya sido aprobado, el servicio puede ser enviado al exterior. En el caso de ir contenido en un soporte material, este podrá ser enviado al exterior cuando el DUS Aceptación a Trámite haya sido aceptado.

Por norma de las instituciones involucradas en este proceso de exportación, el exportador y beneficiario, debe mantener en su poder todos los antecedentes del envío del servicio por un período de 5 años, para propósitos de fiscalización, si así ocurriera.

Ilustración 4. Proceso de exportación de un servicio calificado en Chile.



FUENTE: Elaboración propia. Datos sacados de Resolución Exenta 2511/07, 3252/07 y 0885/08 del Servicio Nacional de Aduana y Portal Web www.chilexportaservicios.cl

Para solicitar los beneficios asociados a la calificación de los servicios, el exportador debe presentar antes los órganos pertinentes (SNA y SII, de acuerdo al beneficio) el DUS-Legalización o DUSSI (dependiendo de las características antes mencionadas), las solicitudes cuando así se requiera y la copia de la Factura de la prestación realizada.

2.4.1.3 Clasificación de los Servicios Calificados como Exportación

La lista de Servicios Calificados como Exportación, previamente señalada, agrupa estos servicios en 12 categorías, en las cuales se les asigna un código a cada uno de los servicios calificados. El listado además señala inclusiones y excepciones en la aplicación de los servicios allí incluidos.

Tabla 2. Clasificación de Servicios Calificados como Exportación

| Grupo | Nombre | Algunos ejemplos |
|-------|---|---|
| 1010 | Servicios Auxiliares para el Transporte Internacional | Servicios de almacenamiento de mercancías en tránsito, Servicios de salvamento y reflotación de embarcaciones extranjeras, Servicios de gestión logística de pre-embarque |
| 1020 | Servicios de Investigación y Desarrollo | Servicios de investigación en farmacología, Servicios de estudios y diseño de planes de mejoramiento genético de peces |
| 1030 | Servicios de Asistencia Legal | Servicios de asesoría legal en licitaciones, contratos y controversias, Servicios de asesoría legal en materia de propiedad intelectual (ambos incluyen Servicios de asesoría jurídica, Investigaciones de documentación jurídica, entre otros) |
| 1040 | Servicios de Contabilidad y Auditoría | Servicios de auditoría financiera, Servicios de revisión de cuentas |
| 1050 | Servicios de Asesoría | Servicios de asesoría en relaciones públicas, Servicios de asesoría en tecnologías de la información, |

| | | |
|------|--|---|
| | | Servicios de asesoría en arquitectura, Servicios de asesoría en gestión de recursos humanos de empresas |
| 1060 | Servicios de Administración de Empresas | Servicios de administración de empresas mineras, Servicios de administración de empresas navieras (Para todos los Servicios clasificados en este grupo, se estima el uso intensivo de Tecnologías de Información) |
| 1070 | Servicios de Computación e Informática | Servicios de diseño de páginas WEB, Servicios de diseño de software original, Servicios de suministro de infraestructura para operar tecnologías de la información |
| 1080 | Servicios de Telecomunicaciones | Servicios de telecomunicaciones por Internet para señales en tránsito, Servicios de suministro de audio musical para empresas ubicadas en el extranjero, Servicios de telecomunicaciones para llamadas telefónicas internacionales por redes privadas |
| 1090 | Servicios de Diseño de Ingeniería y Arquitectura | Servicios de diseño de arquitectura para proyectos de edificación residencial, Servicios de diseño de ingeniería para oleductos y gasoductos, Servicios de diseño de ingeniería para plantas generadoras de energía eléctrica |
| 1100 | Servicios de Mantenimiento y Reparación | Servicios de mantenimiento y reparación de equipos electrónicos computacionales y sus partes, Servicios de mantenimiento y reparación de equipos y aparatos de |

| | | |
|------|-------------------------|---|
| | | telecomunicaciones, Servicios de mantenimiento y reparación de contenedores |
| 1110 | Servicios Audiovisuales | Servicios de postproducción de sonido, Servicios de animación, Servicios de filmación de películas cinematográficas para promoción o publicidad (comerciales) |
| 1120 | Otros Servicios | Servicios de diseño gráfico, Servicios de creación y planificación de publicidad, Servicios de estudios de mercados, Servicios de centros de llamadas telefónicas, Servicios relacionados con la imprenta |

FUENTE. Elaboración propia. Datos sacados del Listado de Servicios Calificados como Exportación, actualizado el 18/07/2011. Servicio Nacional de Aduanas.

2.4.2 Exportación de Servicios No Calificados

Cuando un servicio que se quiere exportar no cumple con los requisitos establecidos en la Resolución Exenta 2511/07, el servicio no es considerado como exportación, y por ende no queda registrado ante el SNA; se entiende también que estos servicios no son candidatos a recibir los beneficios de la calificación, y la prestación se debe facturar con IVA.

Existen servicios que tampoco pueden recuperar el IVA involucrado en la exportación, pues el SII los considera hechos no gravados con IVA²¹. Ejemplo de esto son los Servicios Personales, prestados por técnicos o profesionales o por empresas que presten este tipo de servicios.

2.5 Definición de TIC

Una definición entregada por el Banco Mundial²² respecto de qué son las Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC), establece que son todos aquellos “*hardware, software, redes y medios para la colección, almacenamiento, procesamiento, transmisión y presentación de información (voz, datos, texto, imágenes), así como los servicios relacionados a ellos.*”

Esta institución también define que las TIC se pueden subdividir en las (a) Tecnologías de la Información (TI, o IT por sus cifras en inglés) y en la (b) Infraestructura de Información y Comunicación (IIC o ICI por sus cifras en inglés).

La primera se refiere a todo hardware y software de recolección, almacenamiento, procesamiento y presentación de información, mientras que las IIC son todas las redes (celular, transmisión, cable, satélite, postal) y sistemas físicos de telecomunicaciones y los servicios que los utilizan (internet, voz, correo, radio y televisión).

²¹ Martínez Erazo, Luis, *Exportación de Servicios e IVA*. Presentación del Socio Director de Impuestos de la firma Jeria, Martínez y Asociados. Santiago, 19 de Mayo de 2009.

²² No especificado, *ICT Glossary Guide*, <http://www.worldbank.org/ict/resources>, Recursos, ICT, Banco Mundial, 15.05.2001, 6.30 PM.

Las TIC son vistas como una fuerte influencia en el crecimiento de la productividad, y como herramienta clave en pos de la Innovación²³, y por lo mismo, representan hoy en día parte importante en los avances económicos de los países. Muchos gobiernos las han implementado como parte de sus planes de acción hacia el desarrollo y mejoramiento tecnológico, y en general hacia el crecimiento nacional.

El sector privado también ha sido protagonista en la adopción de estas tecnologías, pues ha entendido que las TIC son parte de las herramientas necesarias para disminuir o eliminar las barreras al comercio, y se ha beneficiado gracias a la globalización y a su consecuente liberalización del comercio internacional.

Un estudio realizado por la CEPAL el 2005²⁴, señala que dentro de las razones existentes para adoptar estas tecnologías en el sector privado, está el mejorar el acceso a la información, lograr nuevas oportunidades comerciales y facilitar la cooperación entre empresas.

En el plano del sector público, las instituciones gubernamentales que promueven las TIC y las acogen para su gestión interna, lo hacen principalmente para incrementar el nivel de competitividad entre las empresas, para lograr una mayor transparencia y productividad, así como para reducir costos asociados a procedimientos comerciales y facilitar el ejercicio de los acuerdos comerciales vigentes.

²³Kiriyama, Nobuo (2011), *Trade in Information and Communications Technology and its Contribution to Trade and Innovation*, OECD Trade Policy Working Papers, No. 115, Publicación de la OCDE. <http://dx.doi.org/10.1787/5kg9m8cgg4wj-en>. Ginebra, Junio de 2011.

²⁴Ueki, Yayushi, Tsuji, Masatsugu y Cárcamo, Rodrigo, *Tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) para el fomento de las pymes exportadoras en América Latina y Asia oriental*, Documento de Proyecto, CEPAL, octubre de 2005. Página 10.

2.6 Industria TIC en Chile

Como parte de la Agenda Digital²⁵ del Gobierno del entonces Presidente de la República, Ricardo Lagos, en 2004 la Sub Secretaría del Ministerio de Economía encarga a una empresa privada (EMG Consultores S.A.) la elaboración de un estudio²⁶ en profundidad sobre la industria TIC en el país, con el fin de conocer a fondo las proporciones de la industria, y definir los bienes y servicios que componen la oferta y demanda de estas tecnologías.

Este estudio es conocido como la Cuenta Satélite²⁷ de las Tecnologías de Información y Comunicación, la cual fue publicada en 2006 y corresponde al período comprendido entre 1994 y el 2004.

Para determinar el tamaño de la industria, fue necesario establecer el ámbito de la economía que se buscaba evaluar, identificando los bienes y servicios allí presentes. Para esto, se utilizó el criterio de la OCDE²⁸, que indica que para que un bien sea definido como *producto característico TIC*, debe cumplir la función de procesamiento

²⁵La Agenda Digital es una política pública implementada por el gobierno de Chile que tiene como objetivo el contribuir al desarrollo del país utilizando TIC en una serie de áreas, tales como educación, transparencia administrativa, productividad y competitividad, participación ciudadana. FUENTE: Observatorio de Tecnologías de Información y Comunicaciones, de la Secretaría de Desarrollo Digital, Gobierno de Chile. <http://www.observatoriotic.gob.cl>. 13.05.2001, 2.15 PM.

²⁶ Schramm, Kareen, *Cuenta Satélite de Tecnologías de Información y Comunicación en Chile*, Santiago de Chile, 2006.

²⁷ Una Cuenta Satélite es un instrumento de medición económica, que permite determinar el tamaño de una actividad económica mediante el Producto Interno Bruto (PIB) que esa área genera, además de identificar/cuantificar la oferta y demanda de los bienes y servicios allí producidos. FUENTE: EMG Consultores, *Cuenta Satélite de Tecnologías de Información y Comunicación en Chile*, Santiago de Chile, 2006. Página 10.

²⁸ No especificado, *Working Party on Indicators of the Information Society*, Comité para la Política de Información, Computación y Comunicaciones, de la Dirección para la Ciencia, Tecnología e Industria de la OCDE, Estocolmo, Suecia. Abril de 2002. Página 6.

de información y comunicación, incluyendo transmisión y visualización, o debe usar procesamiento electrónico para detectar, medir y/o registrar fenómenos físicos o controlar procesos físicos. Asimismo, para que un servicio sea considerado como *producto característico TIC*, debe posibilitar el funcionamiento de procesamiento de información y comunicación, a través de medios electrónicos.

Bienes clasificados como productos característicos²⁹

- Equipo de telecomunicaciones
- Computadores y equipo relacionado
- Componentes electrónicos
- Equipo de audio y video
- Otros productos TIC (equipos de oficina contable, equipos de medición y navegación y equipo médico)

Servicios clasificados como productos característicos³⁰

- Servicios de telecomunicaciones y de distribución de programas (TV cable, satélite o inalámbrico)
- Servicios de acceso en línea (Internet)
- Servicios de comercio TIC
- Servicios de asesoría profesional en TI

²⁹ Schramm, Kareen, *Cuenta Satélite de Tecnologías de Información y Comunicación en Chile*, Santiago de Chile, 2006. Página 11.

³⁰ Schramm, Kareen, *Cuenta Satélite de Tecnologías de Información y Comunicación en Chile*, Santiago de Chile, 2006. Página 11.

- Servicios de soporte técnico para TI
- Software
- Servicios de provisión y/o administración de red, infraestructura y hosting
- Servicios de transformación de información y documentos
- Otros servicios TI (servicio de arrendamiento y leasing de hardware y software y el servicio de capacitación en TI)

Estos bienes y servicios son generados por *actividades características TIC*, las cuales se definen como aquellas cuya producción de bienes y servicios TIC es igual o superior al 50% de sus ventas totales.

Existen 4 tipos de actividades características TIC, y son (a) Telecomunicaciones, (b) Comercio TIC, (c) Servicios TI y, (d) Manufactura TIC.

La actividad Comercio TIC, sólo incluye a aquellas empresas que se especializan en el comercio de TIC, y excluye por lo tanto a las empresas en las que el total de comercialización de productos característicos no alcanza el 50% del total de sus ventas. A estas últimas, se les considera dentro de *actividades no características TIC* (acá se incluye a todas las llamadas “grandes tiendas”³¹).

³¹ Ejemplo de esto, Falabella, Ripley, Almacenes París, La Polar, Jhonson’s, por nombrar algunas.

A diferencia de otras industrias, la actividad de Comercio en las TIC, se caracteriza por presentar una oferta integral de productos, pues al mismo tiempo de revender bienes de esta área, provee servicios relacionados a ella³².

2.6.1 Oferta

A nivel nacional, la gama de productos y servicios incluidos en la oferta económica de la industria TIC, se compone por la producción local de los productos característicos de este sector y por las Importaciones de los mismos.

Dentro de lo que Chile produce en mayor cantidad, se destacan los Servicios de Telecomunicaciones y distribución de programas, y las Importaciones de este sector están compuestas principalmente por bienes característicos³³.

2.6.2 Demanda

La demanda de los productos característicos TIC se compone de 5 sectores: el consumo de los hogares chilenos, el consumo intermedio (aquel en que se utilizan TIC para sus funciones de producción, ya sea a nivel de empresas o gobierno), la inversión (realizada por empresas y el gobierno), las exportaciones y, por último, las diferencias que puedan haber (variación de existencias).

³² Schramm, Kareen, *Cuenta Satélite de Tecnologías de Información y Comunicación en Chile*, Santiago de Chile, 2006. Página 15.

³³ Datos del 2004. FUENTE: Schramm, Kareen, *Cuenta Satélite de Tecnologías de Información y Comunicación en Chile*, Santiago de Chile, 2006. Páginas 24-26.

Ilustración 5. Oferta y Demanda de Productos característicos TIC, en Chile.



FUENTE: Schramm, Kareen, Cuenta Satélite de Tecnologías de Información y Comunicación en Chile, Santiago de Chile, 2006.

En esta Cuenta Satélite también se muestra la cantidad de empleos que esta área genera, y en el 2004, fueron cerca de 50.000³⁴ los puestos de trabajos que las actividades características TIC requirieron (el estudio no considera los números de las pequeñas y medianas empresas de las Actividades de Comercio y Servicios TI, por lo que es asumible que esta cifra pudo haber sido considerablemente más alta).

Se especifica que dentro de los tipos de trabajos más necesarios son aquellos ofrecidos para Profesionales y Técnicos del área, lo que hace entender que la industria TIC requiere una calificación más bien elevada, si se considera que para el año 2004, del total antes indicado, el 51% de los puestos de trabajos fueron ocupados por estos especialistas, seguido por los cargos administrativos (30%), y en tercer lugar por aquellos destinados a vendedores (12%).

³⁴ Schramm, Kareen, *Cuenta Satélite de Tecnologías de Información y Comunicación en Chile*, Santiago de Chile, 2006. Página 17.

Capítulo 3. DESARROLLO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1 Objetivos

Objetivo General

Proporcionar un panorama general sobre la participación de Chile en las exportaciones de servicios TIC y determinar las formas de reducir o eliminar las barreras existentes en el sector que impiden el crecimiento de este tipo de exportaciones.

Objetivos Específicos

- Definir el concepto de servicios y su comercialización a nivel internacional
- Identificar el proceso de exportación de servicios en Chile
- Determinar la oferta de servicios en Chile
- Definir el concepto de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (TIC), e identificar los elementos que componen esta industria en Chile
- Determinar la composición de las exportaciones chilenas de servicios
- Determinar los principales mercados de las exportaciones chilenas de servicios TIC
- Determinar los principales exportadores de la industria de servicios TIC en el mundo
- Establecer las barreras que dificultan en Chile las exportaciones de servicios TIC

- Definir las fuerzas o factores que impulsan las exportaciones de servicios TIC en Chile
- Trazar las formas en las que se pueden disminuir o eliminar las barreras a las exportaciones de servicios TIC

3.2 Acuerdos firmados por Chile que afectan el Comercio de Servicios

3.2.1 Acuerdos Comerciales

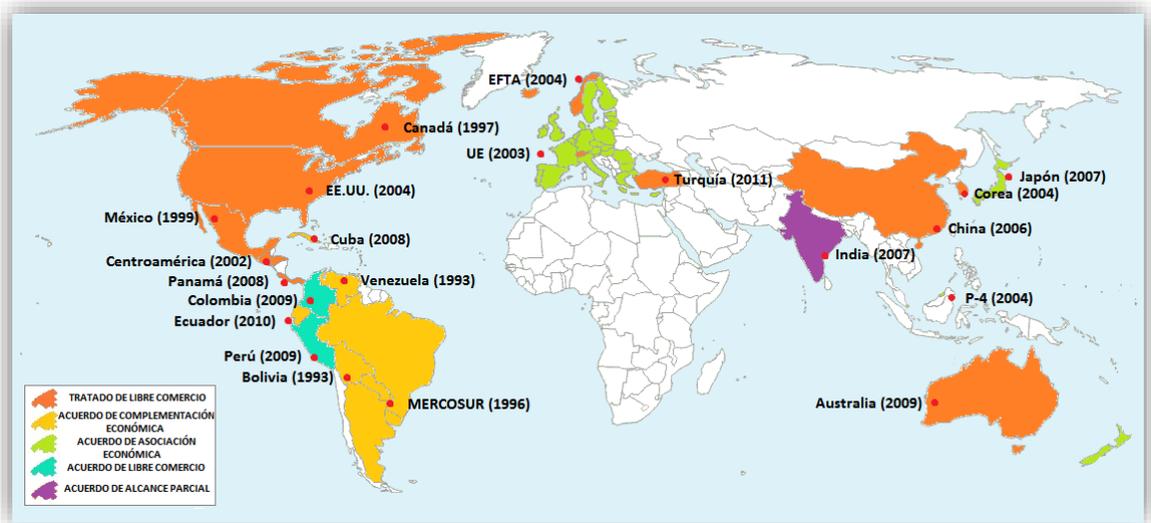
A partir de la década del 90 Chile ha enfocado su política exterior a la integración de la economía nacional en la economía mundial. Para lograr esto se ha trabajado en desarrollar una serie de acuerdos bilaterales y multilaterales que permitan, de forma progresiva, la liberalización del comercio de bienes y servicios, accediendo a variados mercados, más amplios y ventajosos para las exportaciones nacionales, y más convenientes para los consumidores de productos y servicios importados.

Según la Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales (DIRECON), cerca del 93%³⁵ del total del intercambio comercial del país con el resto del mundo es hecho con países con los que Chile tiene algún tipo de preferencia comercial.

En la actualidad, Chile tiene 21 acuerdos comerciales vigentes con 58 países, entre ellos grandes potencias como Japón, Estados Unidos, Canadá y la Unión Europea.

³⁵ No especificado, <http://www.direcon.gob.cl>. 03.04.2011, 15.10 PM.

Ilustración 6. Acuerdos Comerciales vigentes suscritos por Chile

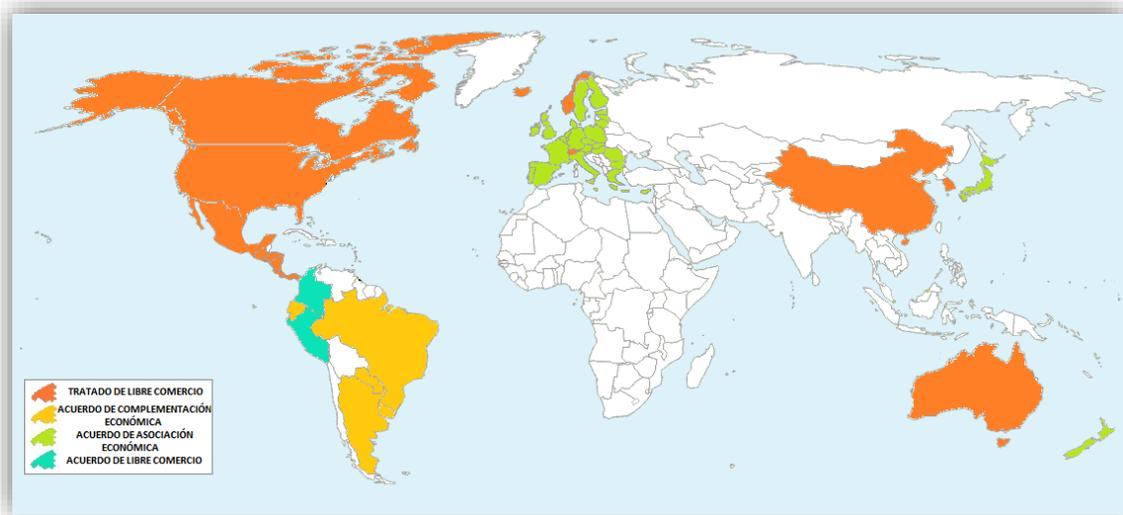


FUENTE: Elaboración propia. Datos sacados de la DIRECON

Como ya se ha establecido, para la existencia y desarrollo del comercio global de servicios es necesaria la existencia de instrumentos de alcance internacional que regularicen las condiciones de prestación de estos mismos, precisamente por sus características principales: su intangibilidad y sus distintos tipos de suministro.

Del total de acuerdos comerciales vigentes que Chile ha suscrito, son 16 los que incluyen el comercio de servicios en sus capítulos, y están basados en el AGCS.

Ilustración 7. Acuerdos suscritos por Chile que incluyen los Servicios



FUENTE: Elaboración propia. Datos sacados de la DIRECON

Una diferencia importante entre los acuerdos firmados por Chile que incluyen el comercio de servicios, es el tema de las listas de compromisos, y es que a pesar de que Chile prefiere negociar con *listas negativas*³⁶ (las cuales señalan las restricciones, dejando abierto todo aquel sector que no esté incluido), países como China y bloques como la EFTA, la Unión Europea y el MERCOSUR sólo negocian con *listas positivas* (las cuales registran aquellos sectores que han sido incluidos y las condiciones de acceso a estos).

Lo contrario ocurre en los casos de Australia, Estados Unidos, México, Japón, Perú y Colombia, entre otros, en los que se utilizan las antes mencionadas *listas negativas*, en

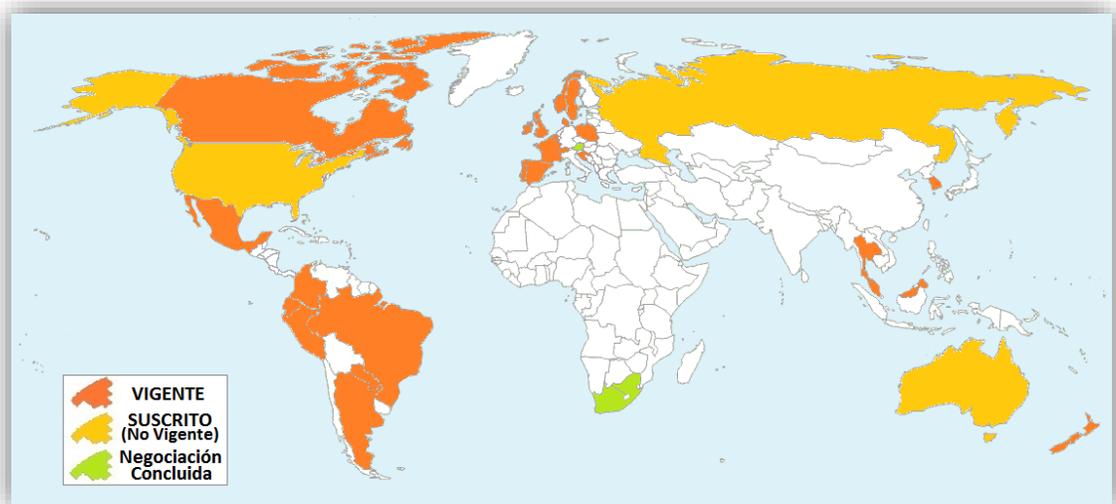
³⁶Novik, Ana, *Negociaciones de Servicios e Inversiones con Australia, China y MERCOSUR*. Presentación a la Cámara de Comercio de Santiago, del Departamento Servicio, Inversiones y Transporte Aéreo, de la DIRECON. Santiago, 7 de Agosto de 2008.

las que se restringen aspectos como el Trato Nacional y medidas restrictivas cuantitativas de Acceso a los Mercados, como las que limitan los porcentajes de participación de empleados extranjeros en una empresa nacional.

3.2.2 Acuerdos para evitar la Doble Tributación

En la actualidad Chile cuenta con 24 convenios vigentes para evitar la doble tributación, además de convenios con Estados Unidos, Australia y Rusia ya suscritos y de 2 convenios con Croacia y Sudáfrica con los cuales ya finalizaron las negociaciones. Sumado a lo anterior, China, Cuba, India, Uruguay y Venezuela son algunos de los países con los que Chile está en procesos de negociación para suscribir este tipo de acuerdo.

Ilustración 8. Convenios para evitar la Doble tributación que Chile ha suscrito con sus Socios Comerciales



FUENTE: Elaboración propia. Datos sacados del SII

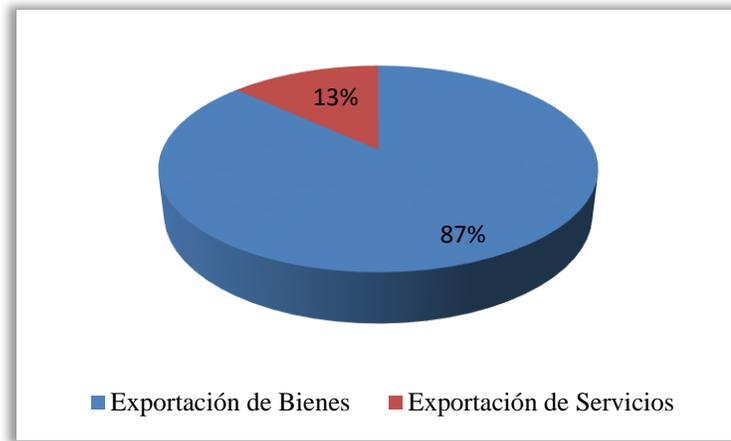
Casi en su totalidad, los convenios de Chile con los otros países se basan en el principio de Residencia, que es el aplicado en el modelo de la OCDE. Argentina es una excepción a esto, pues el convenio firmado con el país trasandino se basa en el modelo del Pacto Andino, en el que rige el principio de la Fuente, que dice que el impuesto se paga sólo en el país en donde se encuentra la fuente productora de la renta (sobre la cual se estaría imponiendo).

En el caso del impuesto adicional sobre la renta generada por la importación de software, para aquellos países con los que Chile mantiene un acuerdo de este tipo, dicho impuesto se reduce de un 15% a un 10%.

3.3 Exportación de Servicios en Chile

En Chile el 2010, y luego de la recuperación en la economía tras la crisis que afectó al comercio internacional, la proporción de bienes y servicios exportados, fue de US\$71.028 millones y US\$10.797 millones respectivamente.

Gráfico 4. Exportaciones de Chile, año 2010

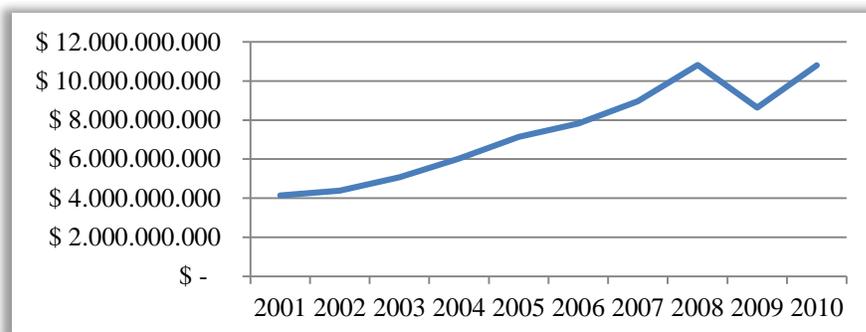


FUENTE: Elaboración propia. Datos sacados de la Balanza de Pagos de Chile del Banco Central de Chile, año 2010.

Gracias a la constante creación y aplicación de nuevas tecnologías, y a la apertura de los mercados mediante las negociaciones de acuerdos comerciales, las exportaciones nacionales de servicios han experimentado un fuerte crecimiento.

De acuerdo a los datos encontrados en las Balanzas de Pagos del Banco Central, la exportación de servicios en el país ha tenido un incremento del 160% en los últimos 10 años, pasando de facturar US M\$4.138 el 2001 a US M\$10.797 el 2010.

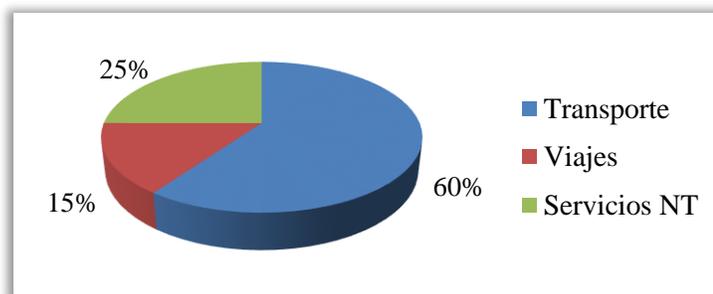
Gráfico 5. Evolución en las exportaciones de servicios, años 2001-2010.



FUENTE: Elaboración propia. Datos sacados de la Balanza de Pagos de Chile del Banco Central de Chile, 1996-2010.

Si bien el área de Servicios No Tradicionales (NT) no alcanza a abarcar ni siquiera la mitad de lo que representan los ingresos por exportaciones de Servicios de Transporte, los NT se posicionan firmemente en el 2010 con una facturación total de US M\$2.696, contra US M\$6.466 de Transporte, y US M\$1.636 procedentes de la prestación al exterior de Servicios de Viajes.

Gráfico 6. Exportaciones de servicios de Chile, por sector, año 2010

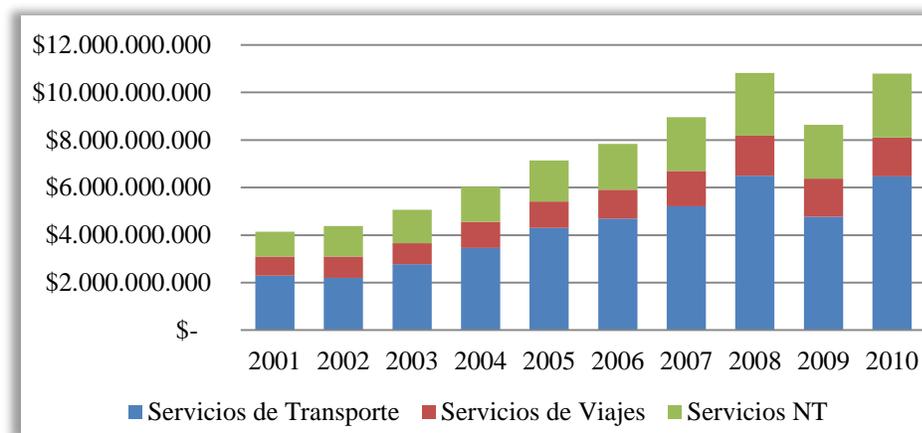


FUENTE: Elaboración propia. Datos sacados de la Balanza de Pagos de Chile del Banco Central de Chile, año 2010.

Si aumenta el comercio de bienes, paralelamente aumentará el área de Servicios de Transporte, y entre los años 2001 y 2010, este tuvo un crecimiento mayor al 180%.

A su vez, el sector de Servicios NT experimentó un incremento de un 158% en el mismo tiempo antes mencionado, dejando muy por detrás al Sector de Viajes, con sólo 105% de crecimiento en el mismo período.

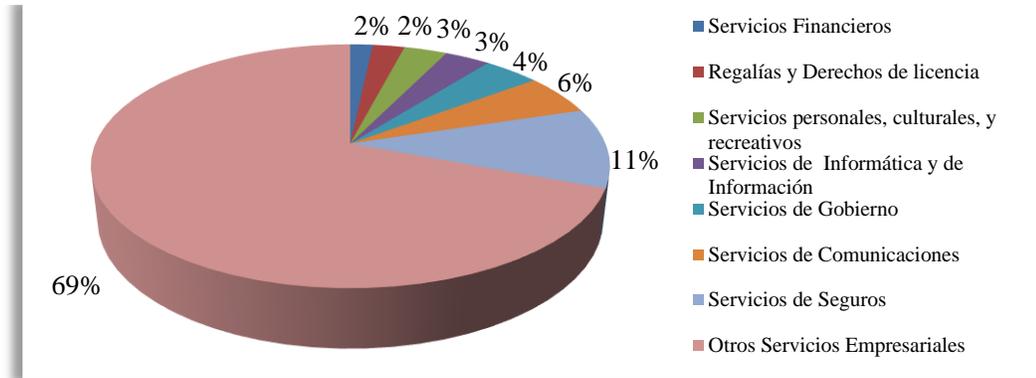
Gráfico 7. Evolución de las exportaciones de servicios, años 2001-2010



FUENTE: Elaboración propia. Datos sacados de la Balanza de Pagos de Chile del Banco Central de Chile, 1996-2010.

Con respecto a la sub-clasificación contenida en los Servicios NT, el sub sector de “Otros Servicios Empresariales” es definitivamente el más importante en cuanto al reporte de divisas, llevándose casi el 70% de participación en las Exportaciones NT de Servicios.

Gráfico 8. Exportaciones de Chile, año 2010



FUENTE: Elaboración propia. Datos sacados de la Balanza de Pagos de Chile del Banco Central de Chile, año 2010.

Las comisiones percibidas entre comerciantes por intercambios de bienes y servicios son los considerados “Servicios de Compraventa”, y dentro de los Otros Servicios Empresariales, son los más significativos respecto del total del subsector, aportando el 2010 US M\$781.609 de un total de US M\$1.865.435. Le siguen los Servicios Profesionales y el resto de su clasificación, con US M\$755.595. El resto lo otorgan los servicios derivados del arrendamiento de bienes de capital (los cuales no incluyen los servicios de arrendamientos financieros).

3.3.1 Exportación de Servicios Calificados

Para el caso de la información publicada trimestral y anualmente por el Banco Central de Chile, se consideran criterios para cada uno de los sectores y subsectores, y si bien utilizan la información proporcionada por el Servicio Nacional de Aduanas, la cual incluye los Servicios Calificados como Exportación, utilizan diferentes fuentes y

critérios para llegar a las cifras informadas, por lo que se entiende que las cantidades del Banco Central sean considerablemente mayores a las entregadas por ProChile, provenientes del Servicio Nacional de Aduanas. O sea, los Servicios Calificados como Exportación son parte, pero no la totalidad de los servicios exportados por Chile.

Gráfico 9. Distribución de las exportaciones de servicios calificados dentro del total de servicios exportados.



FUENTE: Elaboración propia. Datos sacados de la Balanza de Pagos de Chile del Banco Central de Chile y ProChile.

En el último año del que se tienen datos, 2010, los servicios calificados como exportación constituyeron un 4,7% del total de servicios exportados por Chile en ese mismo año, lo cual equivale a US\$207.116.197.

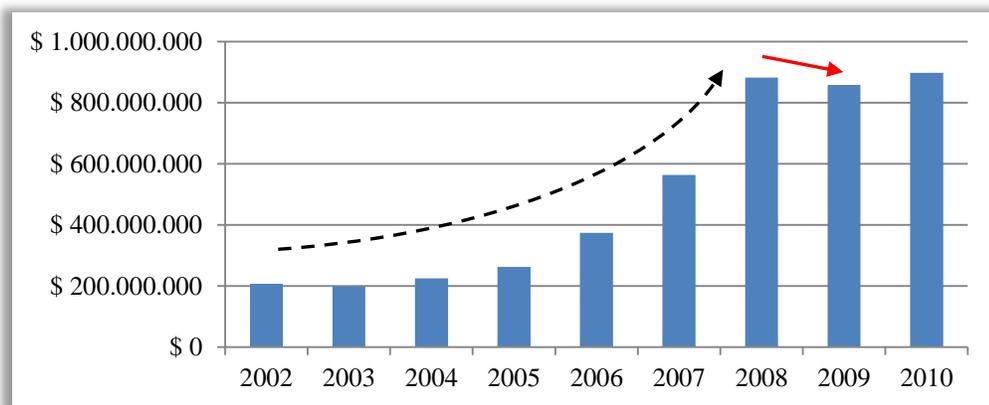
Los servicios calificados por la institución aduanera chilena, han tenido un crecimiento casi ininterrumpido desde principios de siglo, con un 333% entre el 2002 y el 2010.

El desarrollo de la exportación de estos servicios, ha sido sólida y constante, pero no es sino hasta el 2006 que se experimenta un sustancial incremento de más de US\$100.000.000, un 43% más que el 2005.

Como consecuencia de la crisis financiera que afectó al mundo entero un par de años atrás, originada por la desestabilización del sector inmobiliario estadounidense, el intercambio comercial internacional sufrió un fuerte golpe, haciendo caer, como en muchos otros sectores, al área de servicios. El 2008 se reportaban US \$882.125.292 obtenidos por exportadores nacionales producto de prestación de servicios al exterior.

Al año siguiente, que es cuando la crisis se manifestó más fuertemente, el mismo sector experimentó una baja del 2,7%, y si bien el 2010 repuntó a US \$897.848.469, no es posible saber cuánto más grande hubiera sido este aumento de haberse podido evitar la mencionada crisis.

Gráfico 10. Evolución de las exportaciones de servicios Calificados



FUENTE: Elaboración propia. Datos sacados de ProChile.

El problema de la información entregada por ProChile, referente a las exportaciones de Servicios Calificados y proveniente del Servicio Nacional de Aduanas, es que al agruparse los Servicios bajo una misma glosa arancelaria, es imposible determinar la taxonomía de estos en lo que a áreas se refiere. O sea, no se puede saber la cantidad de exportaciones de Servicios Calificados pertenecientes a la industria TIC, pero se puede asumir que tienen algún grado de participación. Lo mismo sucede con los mercados de destino de este tipo de exportaciones.

3.3.2 Exportación de Servicios TIC

La metodología utilizada en la Cuenta Satélite del sector para estimar las exportaciones de Servicios TIC, consideró dos categorías de servicios contenidas en las Balanzas de Pago del Banco Central: los Servicios de Comunicaciones y los Servicios de Informática e Información. Sin embargo, a cada una de estas categorías se les restó las cantidades correspondientes a *Servicios de correo normal*³⁷ y los *Servicios de Información*³⁸, respectivamente, pues se concluyó que no correspondían al sector³⁹.

Para poder determinar entonces las exportaciones de servicios TIC, es necesario tomar en cuenta los servicios que según la Cuenta Satélite TIC se consideran productos

³⁷ Correspondiente a 3,9% del total de Servicios de la categoría *Servicios de Comunicaciones*, año 2003. FUENTE: Kareen Schraam, Asesora de la Secretaría de Desarrollo Digital del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, y realizadora de la Cuenta Satélite de Tecnologías de Información y Comunicación en Chile.

³⁸ Correspondiente a 2,4% del total de Servicios de la categoría *Servicios de Informática e Información*, año 2003. FUENTE: Kareen Schraam, Asesora de la Secretaría de Desarrollo Digital del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, y realizadora de la Cuenta Satélite de Tecnologías de Información y Comunicación en Chile.

³⁹ Información proporcionada por Kareen Schramm, Asesora de la Secretaría de Desarrollo Digital del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, y realizadora de la Cuenta Satélite de Tecnologías de Información y Comunicación en Chile.

característicos de la industria, y aplicar estos criterios a las definiciones ofrecidas por el Banco Central respecto a los servicios que son exportados cada año por Chile⁴⁰.

Se considerará entonces como servicios TIC, los siguientes:

- Servicios de Comunicaciones
- Servicios de Informática e Información

Los criterios de clasificación de los Servicios TIC utilizados en el presente Informe coinciden con la clasificación hecha por el Banco Mundial para agrupar los Servicios No Tradicionales, en su Banco de Datos Estadísticas, *WorlddataBank*⁴¹.

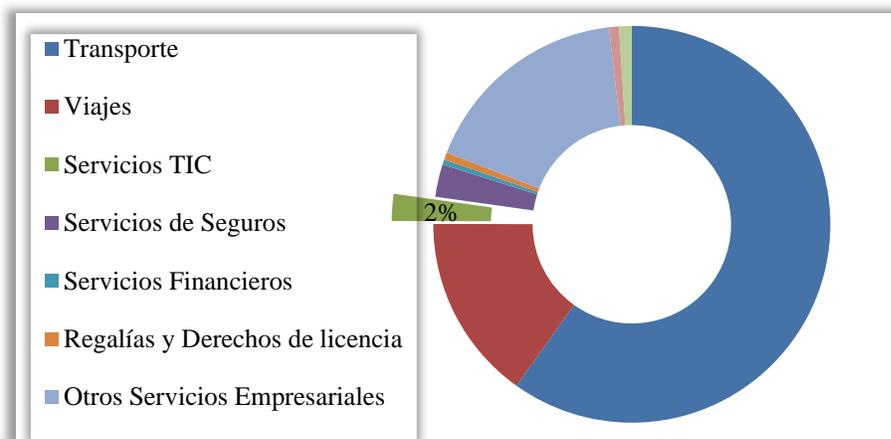
La recién señalada agrupación podría ser más amplia, si se piensa que dentro de los ítems *Regalías y derechos de licencia*, y *Otros Servicios Empresariales* (Servicios de compraventa y Servicios empresariales, profesionales y técnicos varios), existen Servicios que tienen relación con la industria TIC, como por ejemplo Asesorías de TI, Royalties pagados por usos de Software, sólo por nombrar un par.

⁴⁰ No obstante, en este Informe se considerarán las categorías Servicios de Comunicaciones y Servicios de Informática e Información sin restárseles los Servicios no correspondientes a la Industria TIC, puesto que dicha información no estaba disponible al público ni fue facilitada por el Banco Central.

⁴¹ Esta herramienta permite conocer una cantidad considerable de variables económicas, demográficas, sociales y políticas de cada uno de los países del mundo, ofreciendo además distintos años desde los cuales solicitar la información. *WorlddataBank*, Banco Mundial, <http://www.worldbank.org>.

El año 2010, los servicios TIC representaron un 2,2% en el total de Servicios exportados por Chile, incluyendo los Servicios de Transporte y Viaje.

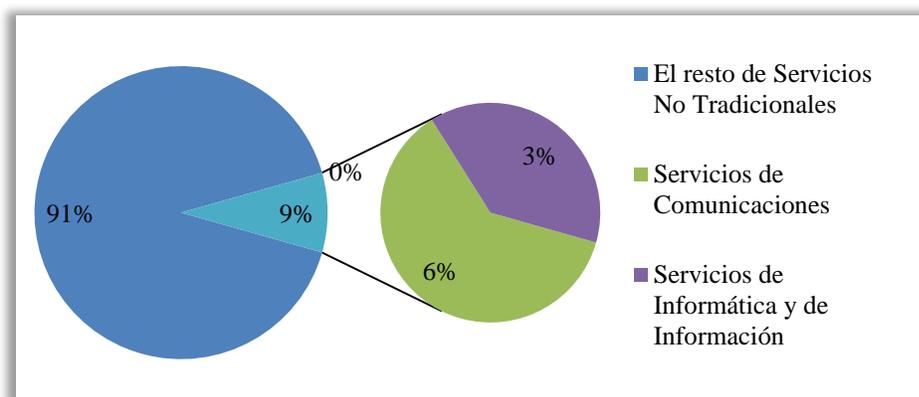
Gráfico 11. Participación de los servicios TIC en el total de exportaciones de servicios, 2010.



FUENTE Elaboración propia. Datos sacados de la Balanza de Pagos de Chile, año 2010, Banco Central.

Si bien la cifra anterior no parece tener un gran impacto sobre el total de los servicios enviados ese año al exterior, si se mira de más cerca, y se compara el mismo sector con el resto de los servicios incluidos en los NT, se puede observar que su participación es mayor en comparación con otros servicios NT.

Gráfico 12. Participación de los Servicios Tic en el total de las exportaciones de servicios No Tradicionales, 2010.



FUENTE Elaboración propia. Datos sacados de la Balanza de Pagos de Chile, año 2010, Banco Central.

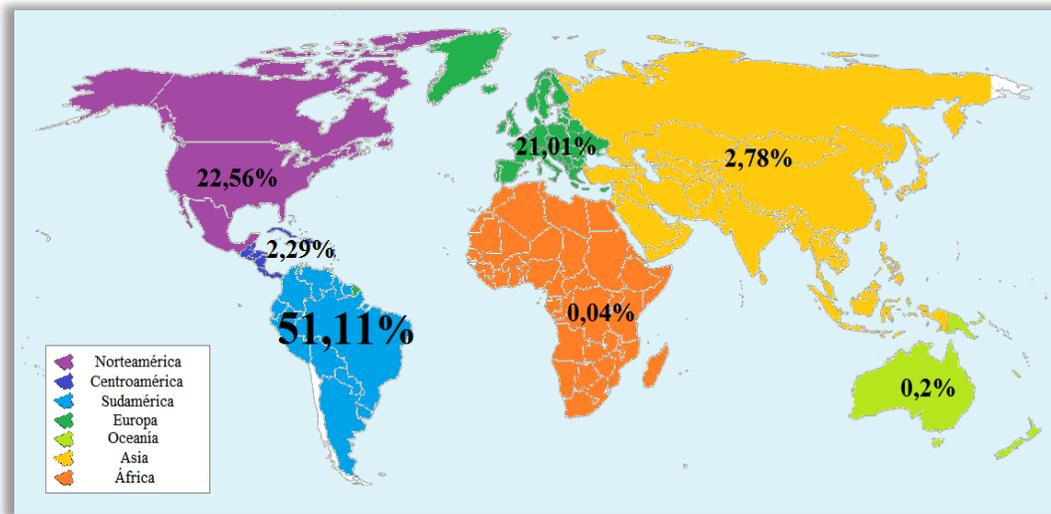
Ejemplos⁴² de estos servicios TIC son: desarrollo de software: a medida, financieros, de sistemas, de gestión, facturas electrónicas, entre otros, servicios de integración, servicios de seguridad, datacenter, diagnósticos de calidad, mesas de ayuda, e-commerce, capacitación, por nombrar solo algunos.

⁴²No especificado, *Oferta Exportable de Servicios TIC*, <http://www.chilexportaservicios.cl>. 20.05.2011, 8.40 AM.

3.4 Principales Mercados de Servicios Exportados por Chile⁴³

Los Servicios Calificados como Exportación sumaron US M\$897.848 en el 2010, los cuales llegaron a 95 mercados de destino, esparcidos en los 5 continentes. De ese total, más de la mitad fue exportado hacia Sudamérica.

Ilustración 9. Distribución de Exportación de Servicios Calificados por Región, año 2010.



FUENTE: Elaboración propia. Datos sacados de ProChile.

⁴³La información respecto a cuáles son los países receptores de Servicios chilenos y su volumen, es proporcionada por ProChile con respecto a los Servicios Calificados por el Servicio Nacional de Aduanas. Es importante destacar nuevamente que los datos dispuestos por el Servicio Nacional de Aduana se basan en los DUS de los Servicios Calificados como Exportación, y que si bien, al momento de calificar los Servicios se les asigna un código, este último no se registra en el DUS, por lo que la salida del Servicio se registra como un Servicio más, y no se especifica el tipo de Servicio que se está exportando, por lo tanto, es imposible identificar cuáles son los mercados objetivo de las exportaciones chilenas de Servicios..

Las otras regiones con porcentajes significativos de recepción de estos servicios fueron Norteamérica y Europa. En el primero, es Estados Unidos el mayor importador de servicios chilenos y en el segundo, es España el país Europeo con mayor valor de importaciones de servicios de este tipo.

De la lista de los 10 mayores mercados de exportación del 2010, 5 países sudamericanos se posicionan como consumidores, mientras que el resto de la región se queda más atrás.

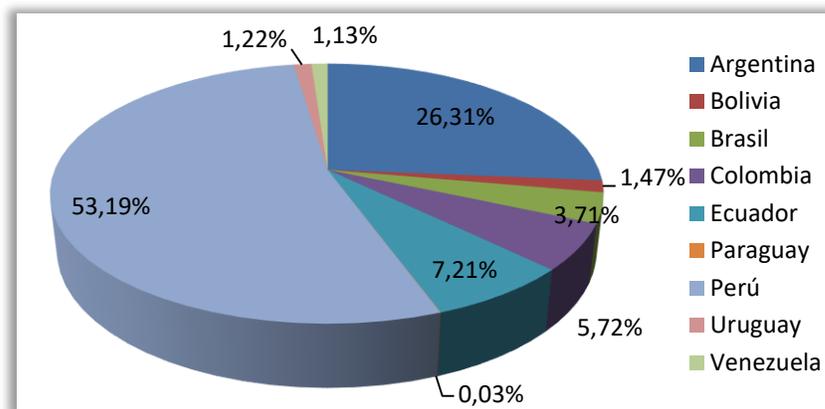
Tabla 3. Exportación de Servicios Calificados, por país de destino. Año 2010.

| # | País | Exportación de Servicios |
|----|-------------|--------------------------|
| 1 | Perú | \$ 244.024.088 |
| 2 | EE.UU. | \$ 137.968.872 |
| 3 | Argentina | \$ 120.703.109 |
| 4 | España | \$ 111.701.367 |
| 5 | México | \$ 33.994.675 |
| 6 | Ecuador | \$ 33.091.631 |
| 7 | Colombia | \$ 26.247.477 |
| 8 | Canadá | \$ 21.391.212 |
| 9 | Reino Unido | \$ 20.826.049 |
| 10 | Brasil | \$ 17.042.225 |
| 17 | Bolivia | \$ 6.755.426 |
| 18 | Uruguay | \$ 5.586.264 |
| 21 | Venezuela | \$ 5.179.060 |
| 59 | Paraguay | \$ 126.098 |

FUENTE: Elaboración propia. Datos sacados de ProChile.

Ese mismo año, del total exportado al mundo, y del 51.1% que se lleva Sudamérica, más de la mitad es importado por Perú, seguido de Argentina y mucho más atrás Ecuador, traducido en US M\$244.024, US M\$120.703, y US M\$33.091 respectivamente.

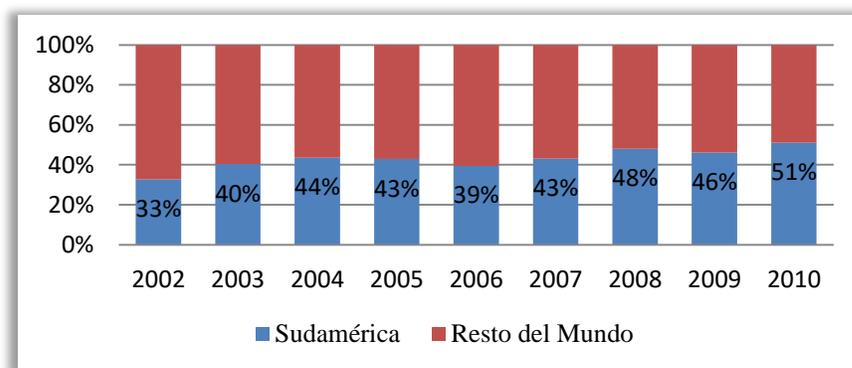
Gráfico 13. Distribución de exportaciones de servicios calificados por país, en Sudamérica. Año 2010.



FUENTE: Elaboración propia. Datos sacados de ProChile.

El bloque de países sudamericanos ha predominado como mercado para los servicios exportados, y muestra de esto son las cifras que señalan a estos países como mercados favoritos de los Servicios Calificados como Exportación de Chile.

Gráfico 14. Evolución de las exportaciones de servicios calificados hacia Sudamérica. 2002-2010



FUENTE: Elaboración propia. Datos sacados de ProChile.

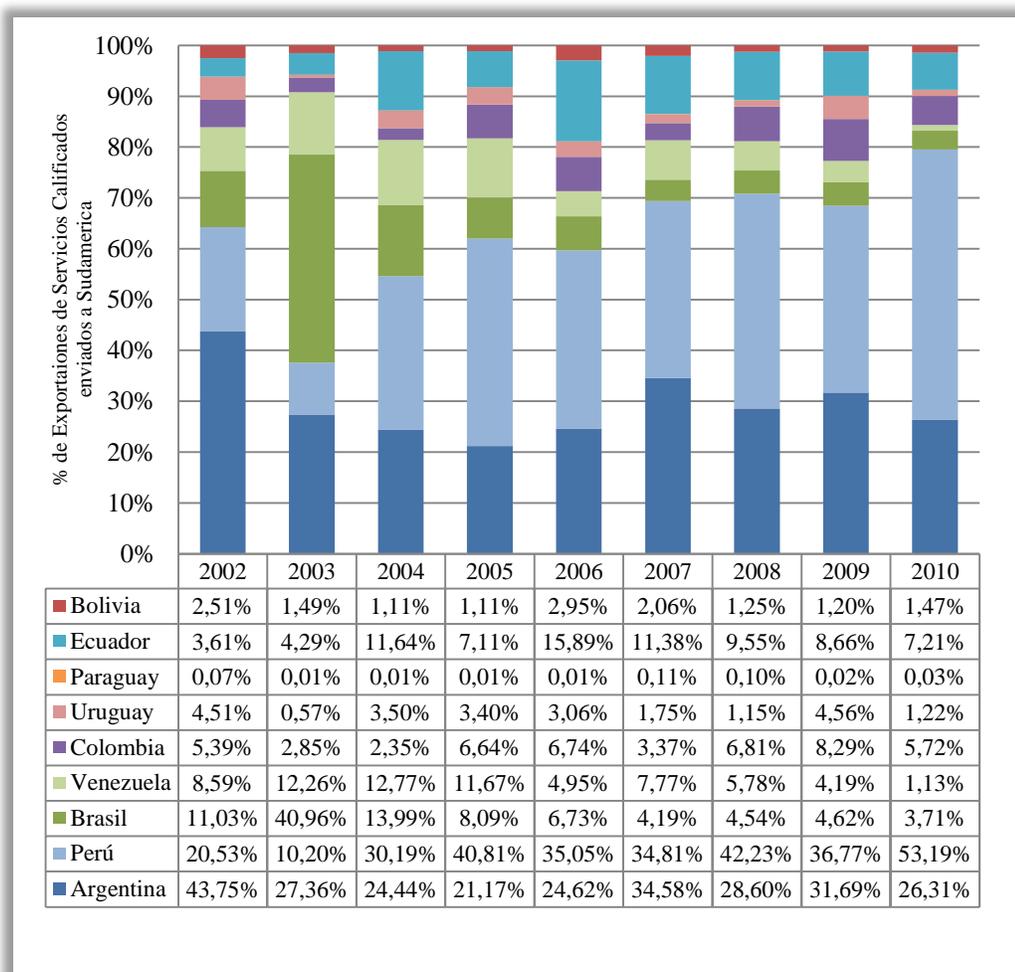
Del total de países sudamericanos con los que Chile mantiene relaciones comerciales, es Perú el que durante el último tiempo ha cobrado más relevancia como destino de los servicios calificados exportados desde Chile.

En el 2002, de los US M\$207.116 que representaron estos servicios, los envíos hacia Perú sumaron US M\$13.903, sólo un 6,7% del total mundial de exportaciones de servicios calificados. Su porcentaje de participación en este tipo de exportaciones el 2010 fue un 27.2%, y más de la mitad de lo enviado hacia los mercados sudamericanos.

La participación de Argentina, en cambio, ha perdido peso durante el mismo período, y aunque el cambio no es tan abismante con en el caso de Perú, Argentina recibió un 14,3% de todas las exportaciones de servicios calificados el 2002, y sólo cerca de un 13% el 2010.

Gráfico 15. Evolución de las exportaciones de servicios, por País, en Sudamérica.

2001-2010



FUENTE: Elaboración propia. Datos sacados de ProChile.

Otro que destaca por su descenso en las importaciones de estos servicios, es Brasil, quien en 2003 recibió servicios valorados por US M\$ 32.788, de un total de US M\$198.086, lo que equivale al 16.6% de las exportaciones enviadas al mundo, y un 41% de lo enviado ese mismo año a Sudamérica.

El menor aporte ha sido constantemente Paraguay, país que no ha superado el 0,5% como destino del total de exportaciones de servicios calificados en los últimos años.

3.4.1 Exportación de Servicios TIC

Desafortunadamente, el Banco Central no cuenta con estadísticas que indiquen los destinos de los servicios No Tradicionales chilenos; cuenta sin embargo con esta información para los Servicios Tradicionales (Transporte y Viajes), pero como no es ese tipo de servicios los aquí tratados, no serán esas estadísticas incorporadas.

En el caso la información presentada por ProChile, como ya fue señalado, no especifica los tipos de Servicios que se exportan ni cuál es su destino geográfico por tipo de Servicio.

Existe también un Informe realizado por la consultora IDC, presentado por la Corporación de Fomento a la Producción (CORFO) que si bien señala la participación de las Tecnologías de la Información como una de las principales procesos de *Offshoring/Outsourcing* (Servicios Globales) en las exportaciones de servicios del país, también se agrupa junto con los otros procesos de este tipo, por lo que tampoco indica claramente cuáles son los países a los que la industria en cuestión exporta.

En otra de las fuentes consultadas, la Cuenta Satélite de TIC en Chile si bien, como ya se ha estipulado, se hace un extenso análisis de esta industria en el país, no existe un enfoque particular hacia los diferentes tipos de demandas – incluidas entre ellas las exportaciones – por lo que no se especifican los países de destino.

3.5 Principales Exportadores mundiales de Servicios

Reconocida es la participación de Estados Unidos como el principal exportador e importador de servicios a nivel mundial.

El año 2009⁴⁴, seguido de Estados Unidos, y dentro de los 10 mayores exportadores de servicios, se encuentran China, Japón y el resto son países de la Unión Europea, como Reino Unido, Francia e Irlanda, entre otros.

Todos los países anteriores, coinciden en que su mayor tipo de servicio exportado son aquellos No Tradicionales, los cuales representan en la mayoría de los casos más del 50% de sus exportaciones de servicios, superando así a los Servicios de Transporte y Viajes.

Chile se ubicó el 2009 en el lugar número 50 del total de países que exportan algún tipo de servicios (los registros del Banco Mundial indican a 148 países con movimientos de este tipo), habiendo facturado aquel año más de US M\$8.500 por concepto de Servicios. Sin embargo la composición de estos envíos se contrapone a lo que ocurre con los grandes exportadores, pues el fuerte de Chile son los Servicios de Transporte, que en ese mismo año representaron el 55% del total de servicios exportados a otras economías.

Dentro de los países latinoamericanos que alcanzan a estar incluidos en los 50 mayores exportadores de servicios, se encuentran Brasil, México y Argentina, en los lugares 29, 38 y 45 respectivamente. Sólo en el caso de México, los servicios considerados dentro

⁴⁴ Banco de Datos del Banco Mundial, *WorlddataBank*, <http://www.worldbank.org/>.

de la categoría ‘Viajes’ son predominantes por sobre el resto, con más del 70% de exportaciones de este tipo de servicios. Brasil y Argentina en cambio, mantienen la tendencia de las mayores potencias en cuanto al tipo de servicio que domina en estas exportaciones.

Tabla 4. Principales exportadores mundiales de servicios, y su tipología, año 2009

| # | País | TOTAL (US \$) | Servicios de Transporte | Servicios de Viajes | Servicios NT |
|-----------|----------------|-------------------------|-------------------------|---------------------|--------------|
| 1 | Estados Unidos | \$ 497.869.179.000 | 12% | 24% | 63% |
| 2 | Reino Unido | \$ 239.563.934.300 | 13% | 13% | 74% |
| 3 | Alemania | \$ 231.261.501.641 | 22% | 15% | 62% |
| 4 | Francia | \$ 143.474.342.197 | 22% | 34% | 43% |
| 5 | China | \$ 129.549.408.732 | 18% | 31% | 51% |
| 6 | Japón | \$ 128.337.891.774 | 25% | 8% | 67% |
| 7 | España | \$ 122.912.348.205 | 15% | 43% | 42% |
| 8 | Italia | \$ 102.637.034.880 | 13% | 39% | 47% |
| 9 | Holanda | \$ 93.317.433.122 | 26% | 13% | 60% |
| 10 | Irlanda | \$ 92.964.366.610 | 4% | 5% | 90% |
| 29 | Brasil | \$ 27.728.347.800 | 15% | 19% | 66% |
| 38 | México | \$ 15.423.152.840 | 10% | 73% | 16% |
| 45 | Argentina | \$ 10.893.588.977 | 14% | 36% | 49% |
| 50 | Chile | \$ 8.507.017.848 | 55% | 19% | 26% |

FUENTE: Elaboración propia. Datos sacados del Banco de Datos del Banco Mundial.

3.5.1 Exportación de Servicios TIC

El Banco Mundial clasifica como servicios TIC, aquellos considerados como Servicios de Comunicaciones (Servicios postales, de Courier y de telecomunicaciones) y Servicios de Información (datos computacionales y transacciones de servicios relacionados con noticias).

A diferencia de la información dispuesta por esta organización internacional para otros tipos de Servicios NT, existen estadísticas especiales para el sector TIC, que incluyen los que se mencionan en el párrafo anterior.

Estas estadísticas posicionan a India como el mayor exportador de servicios del mundo en 2009, con un valor total de us m\$48.098, cantidad que representó el 53% del total de exportaciones de servicios de ese país durante ese año.

En términos de cantidades, a India le siguen Irlanda, Estados Unidos, Israel y otros países, todos miembros de la Unión Europea, quienes comparten los 10 primeros lugares de envíos de servicios TIC.

En materia de participación de los servicios TIC por sobre el total de los Servicios Exportados por país, además de India, son Kuwait, Irlanda, Israel, Honduras, Finlandia y Costa Rica los países para quienes esta industria representa una mayor importancia en cuanto al total de sus exportaciones de servicios.

Tabla 5. Principales Exportadores mundiales de Servicios TIC, y su participación en las exportaciones nacionales de Servicios, año 2009

| # | País | Total exportaciones de servicios TIC | Participación Servicios TIC en las exportaciones de servicios |
|---|----------------|--------------------------------------|---|
| 1 | India | \$ 48.098.492.528 | 53,1% |
| 2 | Irlanda | \$ 34.507.869.097 | 37,1% |
| 3 | Estados Unidos | \$ 22.925.745.000 | 4,6% |
| 4 | Alemania | \$ 19.410.077.308 | 8,4% |
| 5 | Reino Unido | \$ 19.000.058.280 | 7,9% |

| | | | |
|-----------|--------------|-----------------------|-------------|
| 6 | Holanda | \$ 10.548.390.651 | 11,3% |
| 7 | Suecia | \$ 8.827.021.151 | 14,8% |
| 8 | España | \$ 8.131.358.624 | 6,6% |
| 9 | Bélgica | \$ 8.061.727.942 | 9,8% |
| 10 | Israel | \$ 7.938.300.000 | 36,1% |
| 29 | Argentina | \$ 1.331.101.555 | 12,2% |
| 36 | Costa Rica | \$ 816.237.753 | 21,9% |
| 39 | Brasil | \$ 562.050.400 | 2,0% |
| 52 | Colombia | \$ 308.686.930 | 7,4% |
| 55 | Guatemala | \$ 271.200.000 | 14,1% |
| 58 | Honduras | \$ 251.490.084 | 26,8% |
| 59 | Chile | \$ 237.068.200 | 2,8% |

Elaboración propia. Datos sacados del Banco de Datos del Banco Mundial.

La participación de Chile (0,1%) es muy mínima en comparación con los principales exportadores. India por ejemplo, exporta el 18% del total de servicios TIC que se exportan en el mundo; no muy detrás le sigue Irlanda, con un 13% y Estados Unidos con 8%.

Como las realidades de estos países no se alcanzan a asemejar a la realidad de Chile, sería un poco injusto compararlas entre sí, y tomar dichas comparaciones en serio. En cambio, si se contextualiza esta asimilación en el entorno latinoamericano, se puede saber que la diferencia entre Argentina (0,5%), Costa Rica (0,3) o Brasil (0,2%), y Chile, no es tan abismante.

3.6 Factores que Impulsan las Exportaciones

3.6.1 Situación Político-Económica

De acuerdo a la OCDE⁴⁵, el mantener una apertura en el mercado, es importante para un país, pues habla bien de su habilidad para aprovechar los beneficios derivados de la globalización y de la competencia internacional, al eliminar o disminuir el impacto distorsivo de las medidas tanto locales como aplicadas a otros países en lo que al comercio se refiere. Para mejorar su eficiencia económica y su competitividad, el país depende parcialmente de su capacidad de integrar el comercio exterior y perspectivas de inversión en sus regulaciones y prácticas regulatorias.

En Chile, el comercio exterior ha logrado una consolidación a través de la suscripción a múltiples acuerdos comerciales bilaterales y multilaterales para fomentar el libre comercio, lo que se ve reflejado en los índices de su intercambio comercial con el mundo, y el porcentaje que las exportaciones nacionales representan en su PIB (40% el 2010), caracterizando la economía chilena por estar principalmente enfocada al mercado.

Destaca, además por su constante crecimiento económico (equivalente a 5,2%⁴⁶ el 2010, respecto del 2009) y por contar con una política sólida, apoyada de un claro marco

⁴⁵Tsai, C., Samb F., Gandslandt M., y Lippoldt D., *Enhancing Market Openness, Intellectual Property Rights, and Compliance Through Regulatory Reform in Chile*, OCDE. Página 11

⁴⁶ No especificado, *Cuentas Nacionales de Chile 2003-2010*, Banco Central de Chile. Abril de 2011. Página 12.

institucional, el cual busca favorecer la competencia del mercado y asegurar el orden económico público.

La política gubernamental está limitada al aseguramiento y mantención de las leyes en general, jugando un rol neutral y estableciendo regulaciones compatibles con la competencia, incluyendo el control sobre monopolios⁴⁷.

El país ha sido continuamente evaluado dentro de los países más transparentes del mundo, habiéndose ubicado el 2010 en el lugar número 21, de un total de 178 economías consideradas en el Reporte Anual de Transparencia Mundial⁴⁸, con un puntaje promedio de 7.2 (siendo 10 el más limpio, y 0 el más corrupto).

Todo lo anterior ha convertido a Chile en uno de los países en desarrollo más prósperos y estables del mundo, mejorando las condiciones de competitividad de los productores nacionales y haciéndolo atractivo para inversionistas extranjeros.

3.6.2 Capital Humano

En la sociedad del conocimiento es fundamental el desarrollo constante del capital humano; la educación y continua formación son elementos clave para el desarrollo productivo de una economía.

⁴⁷Bertelsmann Stiftung, *BTI 2010 – Chile Country Report*. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung, 2009. Página 14.

⁴⁸No especificado, *AnnualReport 2010*, Transparency International, 2011. Página 79.

Chile no está exento de este entendimiento, y por eso ha trabajado en construir una red de formación educacional que entregue las herramientas necesarias a los futuros profesionales y trabajadores del país, siendo su fuerte la educación formal superior.

En un estudio realizado en conjunto por *Heidrick&Struggles* y la renombrada revista británica *TheEconomist* el 2009, se determinó el Índice de Talento Global en Latinoamérica⁴⁹, el cual posiciona a Chile con el más alto puntaje promedio entre sus pares regionales. Este Índice mide “el potencial natural de cada país para generar talento y el grado en el que una buena educación escolar eleva la calidad de dicho talento en bruto”.

Las categorías evaluadas fueron: demografía, calidad de la educación básica, calidad de la educación en las universidades y escuelas de negocios, calidad del entorno para desarrollar talentos, movilidad y apertura relativa del mercado laboral, existencia y flujo de inversión extranjera directa y, por último, capacidad de atraer talentos de otros países.

Dentro de las casi 50 variables medidas (a las cuales se les asignan distintas ponderaciones), se incluyen: nivel de alfabetización en adultos, número de escuelas de negocios en el Top 100 mundial, calidad de la mano de obra, protección a los derechos de propiedad intelectual, habilidades en idiomas en la fuerza laboral, habilidad técnica de la fuerza laboral y crecimiento del empleo

⁴⁹Heidrick&Struggles, *Mapas de Talentos en Latinoamérica*, Heidrick&Struggles International, Inc. Diciembre de 2009.

Como esta publicación menciona, un par de décadas atrás, el éxito en las empresas latinoamericanas se veía aminorado por el difícil acceso a capital y a tecnologías, en un entorno en el que los sectores mineros y agrícolas prevalecían en el mercado exportador, liderado por empresas bajo control del Estado y oligopolios.

Esta situación cambió radicalmente en la década de los 90, con la apertura regional de los mercados, los mejoramientos en infraestructura, la integración económica global y la creación de empresas multinacionales con presencia mundial, lo que en su conjunto hizo que el talento y el liderazgo se posicionaran como elementos claves para alcanzar el éxito empresarial.

El Índice de Talento Global considera el Talento como una “materia prima global”, y por lo mismo cree en tratarlo como tal, al querer establecer su oferta y demanda. En este intento, es que se clasifica a Chile como el país Latinoamericano con “el entorno más atractivo para el talento”, pues de los 10 países evaluados es el que más capacidad tiene de fomentar el talento, el que tiene el mayor Índice de IED y una economía estable y proporcionalmente fuerte.

Uno de los puntos – incluidos en el Estudio – en que Chile demostró estar muy débil, es en la enseñanza básica; se aconseja dedicar mayor atención a este tema, para que el país se posicione mejor en el primer lugar, y apoyándose de sus buenas cifras macroeconómicas, siga atrayendo más talento extranjero.

3.6.3 Uso y Disponibilidad de las TIC en Chile (como herramienta de producción)

El Foro Económico Mundial (FEM) elabora anualmente un Informe llamado *The Global Information Technology Report* (Informe Global de Tecnologías de la Información) con el objetivo de evaluar el impacto de las TIC en el proceso de desarrollo y competitividad de los países. Mediante el *Networked Readiness Index* (traducible a Índice de Disponibilidad de Red), se puede determinar cuán preparados están los países para el uso efectivo de TIC, en tres aspectos: (a) el ambiente de negocios, regulaciones e infraestructura para las TIC, (b) la madurez o preparación (*readiness*) de los 3 actores principales (las personas, las empresas y los gobiernos) para usar y beneficiarse de las TIC, y (c), el uso de estos actores en las TIC disponibles.

La Edición número 10, publicada en 2011, sitúa a Chile en el puesto número 39⁵⁰ de un total de 138 economías analizadas en este Informe, liderando así el ranking en lo que a países Latinoamericanos respecta. En cuanto a la clasificación según grupos de ingreso, Chile se encuentra en el segundo lugar de los países de Ingreso Medio-Alto, después de Malasia.

La difusión y el uso de las TIC han sido priorizados por el Gobierno durante las últimas dos décadas, prueba de esto es la creación de una Agenda Digital (una de las primeras de la región) y el establecimiento de un marco regulatorio favorable (lo que lo ubica a Chile en el lugar 32 del Subíndice *Ambiente Político y Regulatorio*). Lo anterior se ve reflejado en la madurez del Gobierno y su uso de TIC (lugares 40 y 26 respectivamente,

⁵⁰Dutta, Soumitre, Mia, Irene, y Geiger, Thierry, “The Networked Readiness Index 2010-1011: Celebrating 10 Years of Assessing Networked Readiness”. *The Global InformationTechnologyReport 2010-2011*, Geneva, Foro Económico Mundial. Marzo de 2011. Página 25.

de los subíndices que llevan el mismo nombre). Otro resultado positivo para Chile, arroja que el país posee notables fortalezas competitivas, y esto se ve demostrado en la calidad del entorno de su Mercado (promediado en el lugar 20 del subíndice *Entorno de Mercado*).

3.6.4 Instrumentos de Apoyo a las Exportaciones Chilenas de Servicios

Además de las ya explicadas medidas para evitar la doble tributación internacional, y las formas de recuperar el IVA e impuestos aduaneros involucrados en las exportaciones de servicios calificados y en las importaciones de los insumos necesarios para poder exportar dichos servicios (Instrumentos Tributarios y Aduaneros), existen otras herramientas dispuestas por distintos organismos nacionales que buscan promover las exportaciones nacionales. A continuación se detallan algunos de estos Instrumentos.

3.6.4.1 Instrumentos Financieros

3.6.4.1.1 Crédito CORFO Exportación (o Línea B.21)⁵¹

Este programa, también conocido como “Programa de Créditos para Financiamiento a Compradores Extranjeros para la adquisición de bienes y servicios de origen chileno”, va dirigido a empresas chilenas con una facturación anual no mayor a los US \$30.000.000⁵² (IVA excluido), con el objetivo de financiar los recursos necesarios para

⁵¹ *Normas de Utilización del Programa de Créditos para Financiamiento a Compradores Extranjeros para la adquisición de Bienes y Servicios de origen chileno. CORFO Exportación, Línea B.21.* Publicado por la CORFO. Santiago, Febrero de 2010.

⁵² La restricción a los ingresos de la empresa chilena es solo en el caso de que ésta este solicitando el crédito para la compra de insumos que hará posible la Exportación; en el caso de que el financiamiento

las exportaciones nacionales de, entre otras cosas, servicios de ingeniería y de asesoría profesional y técnica (sólo se consideran aptos los servicios antes mencionados que se encuentren Calificados como Exportación por e SNA), y a la vez para otorgar este financiamiento a los compradores extranjeros de estos servicios.

Lo anterior es posible a través de créditos de mediano y largo plazo concedidos por bancos comerciales con fondos de la CORFO. Estos plazos dependerán del destinatario, esto es exportador y su comprador; para el primero el tiempo de pago fluctúa ente 180 días y 8 años, y para el comprador extranjero entre 1 a 10 años. Los requisitos que deben cumplir las empresas chilenas, es que deben ser privadas (personas jurídicas o naturales previamente constituidas), propiedad de chilenos o queal menos el 50% de sus utilidades correspondan a chilenos, y que al menos el 60% del personal que realiza el servicio sea de nacionalidad chilena.

Las restricciones al uso del Crédito otorgado, son, por ejemplo, la compra o uso de bienes que utilicen tecnologías contaminantes y otras restricciones que buscan proteger el medio ambiente, inversiones relacionadas con la producción de materiales de uso bélico y el pago de deudas no relacionadas con el programa.

3.6.4.1.2 Crédito CORFO Micro y Pequeña Empresa⁵³

Financiamiento (por un monto de hasta 5.000 UF) otorgado por la CORFO a través de instituciones financieras no bancarias a personas naturales o jurídicas, dedicadas a

esté siendo solicitado para el comprador extranjero, a la empresa chilena de la cual es cliente no se le restringe el límite de sus ganancias.

⁵³*Crédito CORFO Micro y Pequeña Empresa, en Obtener Financiamiento para su Empresa*, Líneas de Apoyo, CORFO. <http://www.corfo.cl/>, 23.06.2011, 14.45 PM.

actividades de producción de bienes y servicios, que tengan ventas anuales no superiores a las 25.000 UF, para financiar inversiones y capital de trabajo.

Al igual que en el punto anterior, este crédito no puede ser utilizado para la inversión en tecnologías que sean dañinas para el medio ambiente, ni para el pago de impuestos.

La obtención y el costo de este Crédito dependerán de las instituciones financieras intermediarias, y de sus políticas comerciales y de riesgo crediticio; CORFO sólo se encarga de evaluar la elegibilidad de las operaciones según las normas de este programa.

3.6.4.1.3 Garantía CORFO Comercio Exterior⁵⁴

Este programa corresponde a una garantía que ofrece la CORFO, y que avala un porcentaje sobre los créditos que buscan financiar inversiones o capital de trabajo para – entre otros – exportadores y productores de micro, pequeña y mediana empresas, garantizando hasta 5.000, 7.000 y 9.000 respectivamente.

Para esto, la empresa solicitante debe tener ventas no mayores a las 100.000 UF (IVA excluido), y en el caso de empresas exportadoras, sus ventas no deben superar las 450.000 UF.

3.6.4.1.4 Seguro de Crédito⁵⁵

La compañía multinacional Coface ofrece dentro de sus servicios, un seguro que busca proteger las relaciones comerciales entre empresas. Este seguro va dirigido a cualquier

⁵⁴ *Garantía CORFO Comercio Exterior*, en *Obtener Financiamiento para su Empresa*, Líneas de Apoyo, CORFO. <http://www.corfo.cl/>, 23.06.2011, 14.20 PM.

⁵⁵ *Seguro de Crédito*, *Qué Hacemos*, Coface Chile. <http://www.coface.fr/chile/index.htm>. 25.06.2011, 12.10 PM.

empresa comercializadora de bienes y/o servicios, que resida en Chile o en el extranjero y que facture una suma anual superior a los US \$600.000.

La póliza del Seguro se llama *Globalliance*, y se caracteriza por cubrir los impagos originados por razones comerciales o políticas, tanto en el mercado nacional como en el extranjero. Cubre hasta un 90% de la línea que fue aprobada, y la indemnización se hace efectiva en un plazo no mayor a 180 días. La contratación de esta póliza otorga también un mejor acceso al financiamiento, pues la compañía aseguradora actúa como garantía.

3.6.4.2 Instrumentos de Formación Educacional

3.6.4.2.1 Programa Becas de Inglés

El 2011 se ofrecieron 4.000 Becas (2.000 más que el 2010), cumpliéndose así la cuarta versión del Programa de Perfeccionamiento Intensivo en Inglés, el que en un principio estuvo enfocado en la Región Metropolitana, y luego se extendió al resto del país.

Este programa, ofrecido por la CORFO busca mejorar las competencias de Idioma de los chilenos, en un intento por impulsar el desarrollo del Capital Humano.

El programa se caracteriza por la utilización de tecnologías bastante modernas que en períodos de entre 20 a 25 horas semanales procuran impartir clases de Inglés básico a trabajadores del área de Turismo e Inglés Intermedio a profesionales y técnicos de Servicios Globales, para poder prepararlos para enfrentar el mercado laboral actual, puesto que son ya muchas las empresas multinacionales que han optado por Chile como su plataforma en Sudamérica hacia otros países del mundo.

La duración del curso para los trabajadores del Turismo, será de 100 horas cronológicas y tendrá un valor de \$75.000 (correspondiente al 15% del total del costo del programa; CORFO financia el 85% restante). Para los profesionales, técnicos y estudiantes de carreras relacionadas priorizadas en la industria de Servicios Globales, el curso tiene una duración de 200 horas cronológicas y la CORFO cubre el 75% del valor total del curso⁵⁶.

3.6.4.2.2 Crédito para Estudios de Pregrado de Carreras TI

Este instrumento es entregado por la CORFO a través de algunos bancos y otras instituciones financieras, y es un crédito de largo plazo (su plazo máximo de pago es de 15 años), que está enfocado a ayudar a financiar los estudios de pregrado cursados en Chile en las áreas de Tecnologías de Información y Electrónicas, que tengan relación con el ámbito de la industria de Servicios Globales.

Pueden postular todos los estudiantes nacionales o extranjeros con residencia permanente en Chile, que hayan sido aceptados en alguna institución de Educación Superior⁵⁷, y cuyo ingreso familiar no supere las 200 UF mensualmente.

El crédito El monto máximo anual es de 200 UF, y cubre los gastos de matrícula y arancel⁵⁸.

⁵⁶ No especificado, *CORFO entregará 4.000 becas de inglés en todo Chile*, Sala de Prensa de ProChile, <http://www.prochile.cl>. Publicado el 17 de Abril de 2010.

⁵⁷ Que haya sido definida como elegible para este crédito, por el Ministerio de Educación

⁵⁸ Más un margen adicional de hasta 20% para gastos relacionados con los estudios, aunque dependerá del banco el otorgar este porcentaje extra.

3.6.4.3 Instrumentos de Fomento Productivo

3.6.4.3.1 Proyectos Asociativos de Fomento (PROFO)⁵⁹

Este programa de la CORFO, creado a principios de la década de 1990, busca ayudar a grupos de empresas, que por medio de su asociatividad puedan preparar y desarrollar una idea de negocio que sea compartida por ellos, para poder acceder de forma más competitiva a mercados extranjeros, mejorar la distribución de sus productos, o disminuir sus costos operativos, todo esto aprovechando ventajas a las que de forma individual no podrían optar, entre ellas las economías de escalas.

Cada grupo debe ser conformado por al menos 5 empresas, las cuales de forma individual deben generar ventas anuales entre 2.400 y 100.000 UF (existe una excepción a estas cantidades, pero no más del 30% de las empresas del grupo pueden estar fuera de ese rango).

El programa ofrece subsidio a actividades como consultorías, asesorías y otros servicios que permitan que las empresas puedan, entre otras cosas, elaborar un proyecto de negocio (con subsidio de hasta \$10.000.000), crear (con subsidio de hasta \$45.000.000) y desarrollar (con subsidio de hasta \$45.000.000) la nueva empresa asociativa, así como diseñar las estrategias pertinentes a cada etapa.

⁵⁹Proyectos Asociativos de Fomento (PROFO), en *Desarrollar Negocios en Forma Asociativa*, Líneas de Apoyo, CORFO. <http://www.corfo.cl/>, 25.06.2011, 15.00 PM.

3.6.4.3.2 Programa de Apoyo al Entorno Emprendedor⁶⁰

Este cofinanciamiento va dirigido a todas las personas naturales (con inicio de actividades y que tributen en Primera Categoría) y jurídicas (con y sin fines de lucro, constituidas en Chile), que busquen potenciar sus habilidades y competencias, a través de la inserción en actividades que tengan relación con el emprendimiento, como lo son cursos o talleres de competitividad, lenguaje de negocios, negociación, etcétera, así como ferias temáticas, seminarios, material educativo, entre otros. El aporte de CORFO es de hasta el 50% del costo del programa⁶¹ o actividades a realizar.

3.6.4.3.3 Fomento a la Calidad (FOCAL)⁶²

Este es un programa, también de la CORFO, que pretende “fortalecer la competitividad del sistema productivo” de las empresas a través del apoyo al mejoramiento de la gestión.

Puede postular cualquier empresa, siempre que sus ventas anuales no superen las 100.000 UF, y consiste en un cofinanciamiento para incorporar y certificar algunos estándares de gestión, entre ellos la certificación ISO 9001⁶³.

⁶⁰Programa de Apoyo al Entorno Emprendedor, en *Mejorar el Entorno para la Innovación*, Líneas de Apoyo de la CORFO. <http://www.corfo.cl/>, 24.06.2011, 19.50 PM.

⁶¹ El tope máximo es de \$45.000.000 para cualquier programa asociado a iniciativas con Responsabilidad Social Empresarial, y hasta \$70.000.000 para otro tipo de programas.

⁶²Fomento a la Calidad (FOCAL) en *Mejorar la Gestión o Procesos*, Líneas de Apoyo de la CORFO. <http://www.corfo.cl/>, 24.06.2011, 20.00 PM

⁶³ Conjunto de normas sobre calidad y gestiones, elaborado por la Organización Internacional para la Estandarización (ISO).

3.6.4.4 Instrumentos de Promoción

ProChile (Dirección de Promoción de Exportaciones) es una entidad dependiente de la DIRECON, creada en 1974 con el objetivo de “fomentar, diversificar y estimular las exportaciones chilenas, especialmente aquellas que tengan el carácter de no tradicional”⁶⁴.

Hoy en día, ProChile es uno de los organismos más importantes involucrados en los procesos de Exportación, pues es quien hace los mayores esfuerzos de promoción de los productos y servicios que se exportan en Chile. Se encarga además de proporcionar asistencia e información al Exportador, asesoría de especialistas de distintas áreas, y asistencia e los mercados, entre otras medidas.

Según estimaciones de la Dirección de ProChile, los servicios representarán en el año 2050 el 50% del total de Exportaciones nacionales, por lo que en su Plan de acción para el período 2010-2014, se tiene considerado potenciar las exportaciones de este sector, así como detectar y fortalecer estrategias de promoción comercial para diversificar los mercados, y eventualmente lograr aumentar el posicionamiento de Chile.

Algunos de los servicios ofrecidos por ProChile son⁶⁵:

⁶⁴ Decreto de Ley 740, de 1974, el cual *Crea el "Instituto de Promoción de Exportaciones de Chile" (Prochile)*. <http://www.prochile.cl>. 28.06.2011, 11.15 AM.

⁶⁵ Servicios de ProChile, <http://www.prochile.cl>. 28.06.2011, 11.00 AM.

3.6.4.4.1 Programas de Formación Exportadora

Va dirigido a todas las empresas naturales o jurídicas, exportadoras o que tengan capacidad exportadora, que deseen potenciar o desarrollar sus habilidades en el comercio internacional, de los sectores silvoagropecuario y de servicios.

Actualmente se incluyen 5: Talleres y Seminarios, Diploma E-learning en Comercio Internacional (de bienes o servicios), Diplomado en Comercio Internacional (de bienes o servicios), Coaching Exportador y el Programa de Pre-Internacionalización.

Los requisitos para postular generalmente son los mismos para todos, y sus costos varían dependiendo de cada uno: hay algunos que se imparten gratis y otros en los que se requiere un pago inicial que puede ser reembolsado siempre que sea aprobado el curso. En cuanto a aquellos que sí tienen costos, estos fluctúan entre los \$120.000 y \$300.000. En el Programa de Pre-Internacionalización, se consideran costos los asociados a la estadía y transporte hacia ferias Internacionales, aunque en ciertas ocasiones los pasajes aéreos son cofinanciados.

3.6.4.4.2 Ferias Internacionales

Este programa consiste en facilitar la experiencia para las empresas que quieren participar en Ferias Internacionales en las que ProChile está presente. Sus ventajas incluyen el soporte técnico en los mercados de destino, la presencia de traductores, coordinación de reuniones con importadores que demuestren interés, y todo lo relacionado con el espacio físico (stand) asignado a la empresa contratante.

3.6.5 Otros

Chile fue ubicado en el lugar número 10 en el Índice de Locación para Servicios Globales (*Global Services Location Index – GSLI*) del 2011⁶⁶. Este ranking realizado anualmente y desde el 2004 por la consultora internacional de gestión corporativa A.T. Kearney, determina qué países representan las mejores localizaciones para el *offshoring*. Para esto se miden tres categorías (a) el atractivo financiero (se valora entre 0 y 4), (b) la disponibilidad de gente y sus habilidades (se valora entre 0 y 3), y, (c) el ambiente de negocios (también se valora entre 0 y 3).

Dentro de los factores considerados al momento de elaborar el Índice de Localización para Servicios Globales, se consideran el promedio de los salarios, los salarios pagados a los altos ejecutivos de las empresas, las distancias que deben recorrer para viajar al lugar donde se encuentran los clientes más importantes, la fuerza laboral con educación universitaria, los índices de desempleo, los puntajes obtenidos por las personas de cada país en pruebas de idioma reconocidas mundialmente, por mencionar algunos.

En la siguiente tabla se pueden observar los criterios para la selección de los países, y la importancia de cada uno dentro de la elección.

⁶⁶Peterson Erik, Gott, Johan y King, Samantha, *Offshoring Opportunities Amid Economic Turbulence: The A.T. Kearney Global Services Location Index, 2011*. Chicago, 2011.

Tabla 6. Ponderaciones de las categorías incluidas en el GSLI

| Categoría | Sub-categoría | Ponderación |
|---|--|--------------------|
| Estructura Financiera 40% | Costos de Compensación | 80% |
| | Costos de Infraestructura | 10% |
| | Costos derivados de impuestos y regulaciones gubernamentales | 10% |
| Habilidades y Disponibilidad 30% | Experiencia y habilidades en TI y BPO | 40% |
| | Mano de Obra disponible | 20% |
| | Habilidades Educativas | 15% |
| | Habilidades lingüísticas | 15% |
| | Tasas de Desgaste o Abandono Laboral | 10% |
| Clima de Negocios 30% | Políticas de Promoción y ambiente general del país | 60% |
| | Infraestructura disponible en el país | 20% |
| | Adaptabilidad cultural | 10% |
| | Seguridad y protección de propiedad intelectual | 10% |

FUENTE. Opertti, Fabrizio. El Mercado Mundial de Servicios Globales y las Oportunidades para Chile. Presentación de ProChile.

En la primera, Chile obtuvo su máximo puntaje, un 2,44; en la segunda categoría (la más baja) obtuvo un 1.27 y por último, en el ambiente de negocios se le evalúa con un 1.83.

Tabla 7. Índice de Locación para Servicios Globales, año 2011

| # | País | Atractivo Financiero | Disponibilidad y Habilidad de Personas | Entorno de Negocios | Puntaje Total |
|-----------|----------------|----------------------|--|---------------------|---------------|
| 1 | India | 3,11 | 2,76 | 1,14 | 7,01 |
| 2 | China | 2,62 | 2,55 | 1,31 | 6,49 |
| 3 | Malasia | 2,78 | 1,38 | 1,83 | 5,99 |
| 4 | Egipto | 3,10 | 1,36 | 1,35 | 5,81 |
| 5 | Indonesia | 3,24 | 1,53 | 1,01 | 5,78 |
| 6 | México | 2,68 | 1,60 | 1,44 | 5,72 |
| 7 | Tailandia | 3,05 | 1,38 | 1,29 | 5,72 |
| 8 | Vietnam | 3,27 | 1,19 | 1,24 | 5,69 |
| 9 | Filipinas | 3,18 | 1,31 | 1,16 | 5,65 |
| 10 | Chile | 2,44 | 1,27 | 1,82 | 5,52 |
| 12 | Brasil | 2,02 | 2,07 | 1,38 | 5,48 |
| 18 | Estados Unidos | 0,45 | 2,88 | 2,01 | 5,35 |
| 19 | Costa Rica | 2,84 | 0,94 | 1,56 | 5,34 |
| 30 | Argentina | 2,45 | 1,58 | 1,09 | 5,12 |
| 43 | Colombia | 2,34 | 1,20 | 1,18 | 4,72 |

FUENTE: *Offshoring Opportunities Amid Economic Turbulence: The A.T. Kearney*

Global Services Location Index, 2011.

Este Índice es conocido a nivel mundial, y es usado por las empresas como un referente importante al momento de querer decidir dónde establecer una subsidiaria o a qué país recurrir para externalizar ciertos procesos empresariales. Por lo mismo, el hecho de que Chile esté incluido dentro de las 10 primeras posiciones en el GSLI, y especialmente que sea el país Sudamericano más atractivo para hacer *offshoring*, significa una gran oportunidad para atraer inversiones y generar empleo.

De continuar la buena racha que el país ha tenido, y de mantener su crecimiento de forma estable, al mismo tiempo de continuar posicionándose como plataforma de servicios, se prevé que en Chile debieran generarse cerca de 150.000 para el 2015⁶⁷.

3.7 Barreras al Comercio en Chile para la exportación de servicios TIC

Algunos de los impedimentos que limitan las Exportaciones del Sector, han sido detectados en muchas fuentes que analizan esta industria y otros servicios exportados. Entre ellas se identifican barreras relacionadas con el área tributaria y con las calificaciones de los recursos humanos.

3.7.1 Impuesto al Software

Como dijera la ex Presidenta Bachelet en su Mensaje a la Cámara de Diputados en 2006 sobre el Proyecto para reducir el Impuesto Adicional a la Importación de Tecnología y Conocimiento⁶⁸, “...adaptar y adoptar los avances de la ciencia y la tecnología mundial es probablemente la forma más eficiente y viable de innovar...”.

Con lo anterior, se puede entender que para el mayor desarrollo de la economía local es necesaria la incorporación de tecnologías y de conocimiento extranjero, que complementen lo existente en el país.

⁶⁷*Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) como motores hacia un Chile desarrollado*, Propuestas ACTI para los programas de gobierno de los candidatos presidenciales. Santiago, Diciembre de 2009. <http://www.acti.cl>.

⁶⁸ Historia de la Ley 20.154, Mensaje Presidencial N° 291-354, Agosto de 2006. Página 8.

En efecto, para la exportación de servicios, en muchos casos y especialmente en la exportación de servicios TIC, puede ser necesaria la utilización de uno o más softwares de origen extranjero, los cuales están sujetos al pago de un Impuesto adicional, actualmente equivalente al 15%⁶⁹, lo que no hace más que elevar los costos de las prestaciones, subiendo a su vez el precio que el consumidor final termina pagando, y con esto, se disminuye la competitividad de los servicios chilenos en el extranjero.

3.7.2 Precios de TIC (como herramienta de producción)

El costo de servicios TIC⁷⁰ puede influenciar e incluso llegar a determinar el hecho de que las personas se suscriban a ciertos servicios y usen TIC, pues a pesar de que la infraestructura TIC es trascendental para el acceso y uso de estas tecnologías, la oferta de servicios debe ser costeable para que la sociedad de la Información pueda prosperar. Dentro de los factores que se consideran al momento de determinar los precios de estos servicios, están las medidas de intervención regulatoria, nivel de competencia, tamaños de los mercados y el costo y ganancia de los operadores de servicios⁷¹.

Con respecto a los precios de algunas TIC consideradas en el Informe Global de Tecnologías de la Información (como lo son las tarifas de Telefonía fija, Celular y Banda Ancha de Internet), se concluye que el país pertenece al grupo de países con un

⁶⁹La Ley 20.154, entrada en vigencia en enero del 2007, redujo el Impuesto Adicional por concepto de importación de Software a un 15% (antes de esto, correspondía al 30% y 20% en el caso de Software estandarizado y a la medida o personalizado, respectivamente). En caso de que el Software sea procedente de un país considerado paraíso fiscal, el Impuesto a pagar será de un 30% si el Software se considera estandarizado, o un 20% si fue diseñado a medida.

⁷⁰Se refiere a los costos de telefonía fija, telefonía móvil e Internet banda ancha, como los considerados en los estudios de los que se está hablando.

⁷¹*Introduction and Objectives of the ICT Price Basket*, Chapter 4: The ICT Price Basket, Measuring the Information Society 2010. International Telecommunication Union. Geneva, 2010. Página 53

mayor costo de esas tecnologías. La tarifa pagada por telefonía fija (criterio estándar de llamada: 3 minuto en horario punta) coloca a Chile en el puesto 127; la tarifa pagada mensualmente en Chile por el acceso a Internet de Banda Ancha, se promedió en US\$68, lo que lo sitúa en el número 100 de la lista. El costo promedio de una llamada de distintos tipos de teléfonos celulares, es el índice de este tipo que mejor posiciona al país, dejándolo en el puesto 53.

La Unión Internacional de Telecomunicaciones (ITU, *International Telecommunication Union*), entidad dependiente de las Naciones Unidas (ONU), también hace un extensivo análisis del sector TIC. En la versión del 2010 de este Informe, y por segunda vez consecutiva, se le dedica un capítulo a la canasta de Precios de TIC⁷² (*ICT Price Basket*) la cual ha sido diseñada con el principal objetivo de informar a quienes establecen las políticas de precios, respecto del costo y asequibilidad de estos servicios en cada país, para que sirva de comparación al momento de tomar decisiones⁷³.

Al igual que en el Informe sectorial del Foro Económico Mundial, la Canasta de Precios del estudio de la ITU considera las tarifas pagadas por telefonía fija, telefonía móvil y servicios de Internet banda ancha, en un total de 161 países, de los cuales Chile toma posición en el número 80, con un precio casi 15 veces mayor que el pagado por los mismos servicios en Macao, China (región que obtuvo el 1º lugar).

⁷²Para su cálculo se consideran los servicios ya nombrados, en dólares y PPA (o Paridad de Poder Adquisitivo, es un indicador económico que se utiliza para comparar el nivel de vida entre países, y se calcula en base al PIB per cápita), y además como porcentaje del PNB per cápita (el Producto Nacional Bruto (PNB), valora todos los bienes y servicios producidos en un país por los nacionales de ese mismo), para poder saber el costo relativo de los servicios TIC en un país.

⁷³*Introduction and Objectives of the ICT Price Basket*, Chapter 4: The ICT Price Basket, Measuring the Information Society 2010. International Telecommunication Union. Geneva, 2010. Página 54.

La principal diferencia entre ambas mediciones (*Global Information Technology Report* y *ICT Price Basket*), es que la del FEM incluye los costos de estos servicios como parte de una sub categoría, inserta en una categoría más amplia (componente de madurez o *readiness*), o sea el promedio entregado y la posición de Chile es más baja debido a otros factores en los que el país demuestra tener debilidades, como lo son la educación en ciencias y matemáticas y la calidad del sistema educacional en general.

En cambio, en el estudio de la ITU, los precios son promediados y considerados como una categoría aparte, en la que si bien se reconoce su importancia en el uso y acceso a las TIC, se puede ver más claramente sus resultados.

3.7.3 IVA en la Exportación

La Ley de Impuesto sobre la Ventas y Servicios, en su artículo 12, letra E, numeral 12, señala que aquellos servicios prestados por trabajadores independientes (“... en cuya actividad predomine el esfuerzo físico sobre el capital o los materiales empleados”) están exentos del pago de IVA.

El problema para los exportadores de servicios, es que según la Resolución Exenta 2511/07⁷⁴ los servicios que no son considerados como hechos gravados con IVA, no pueden optar a recuperar el IVA involucrado en el proceso de exportación (habiéndose

⁷⁴ Número 9 de la Resolución Exenta N°2.511, Valparaíso 16.05.2007, “Para impetrar los beneficios a que se refiere el DL N° 825, de 1974, y en particular el establecido en el artículo 36 de dicho cuerpo legal, el exportador deberá ser contribuyente del impuesto al valor agregado y los servicios de exportación respectivos estar gravados con dicho impuesto”. Servicio Nacional de Aduanas.

adquirido a través de la compra de bienes o servicios necesarios para la prestación del servicio a exportar), considérense o no servicios calificados⁷⁵.

Además existe poca claridad respecto de cuáles son los servicios exentos de este impuesto, ya que si bien en el tiempo en que se creó la Ley del IVA estos servicios estaban enumerados en ese cuerpo legal⁷⁶, en la actualidad la determinación respecto de cuáles son los servicios exentos del IVA, depende de las actividades mencionadas en la Ley de la Renta (numerales 3 y 4 del artículo 20), y esa clasificación se presta para confusión, pues no existe una delimitación clara.

3.7.4 Limitación de Personal Calificado

Chile es uno de los países más pequeños de Sudamérica en lo que a su demografía se trata, pues tiene un estimado de casi 17 millones⁷⁷ de personas para el 2011, del cual aproximadamente el 45%⁷⁸ corresponde a su fuerza laboral.

Desafortunadamente, y a pesar de la buena reputación que la calidad de sus recursos humanos tiene, la reducida cifra de chilenos activos en el mercado laboral juega en contra de la mejora en la competitividad nacional.

⁷⁵ Vale recordar que uno de los beneficios de la Calificación es precisamente recuperar el IVA involucrado del que se está hablando.

⁷⁶ Pérez, Mauricio, *El IVA en los Servicios*, Diario Estrategia, 25.09.2007. <http://www.estrategia.cl>

⁷⁷ 16.888.760 habitantes (Est. 2011). *TheWorldFactbook*, Agencia Central de Inteligencia de los Estados Unidos. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>. 03.05.2011, 15.40 PM

⁷⁸ 7.580.000 habitantes (Est. 2010) *TheWorldFactbook*, Agencia Central de Inteligencia de los Estados Unidos. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/index.html>. 03.05.2011, 15.40 PM

En el sector TIC, se estima que el personal calificado representa cerca de un 1%⁷⁹ del total de la fuerza laboral, cantidad que es muy baja con respecto a otros países que juegan importantes roles como exportadores de servicios de esta industria.

Otro punto importante, es que se ha detectado⁸⁰ que una de las debilidades del sector radica en las habilidades de los empresarios y sus directivos. El inconvenientes que se plantea es que no hay una receta para mejorar sus competencias, excepto quizás motivar el roce con personas y empresas con demostrado éxito. De paso se vuelve a aseverar la reputación de los profesionales chilenos, en cuanto a que su calidad es indiscutible.

3.7.5 Barrera de Idioma

Sólo el 2% de la población chilena tiene dominio del idioma Inglés, lo que representa alrededor de 340.000 personas. Además se estima que sólo el 10%⁸¹ de profesionales de la industria TIC puede escribir y hablar esta lengua.

La carencia de habilidades idiomáticas, se ve reafirmada por un ranking internacional⁸² en el que Chile se encuentra dentro de los 10 peores de un total de 44 países evaluados en 5 categorías (niveles muy alto, alto, medio, bajo y muy bajo).

⁷⁹ De Saint Pierre, Didier, Santibáñez, Edgardo, Nuñez, Sergio. y Lefranc, Etienne, *Determinantes para las Ventajas Competitivas para las TIC mineras*, Identificación de Oportunidades de Negocio Globales en Base a Tecnologías de Información y Comunicaciones para el Cluster Minero y Relacionados. Abril de 2005. Página 128.

⁸⁰ No especificado, *Estrategia Competitiva para la Creación en Chile de una Industria de Tecnologías de Información de Clase Mundial*, Deloitte Chile. Santiago, Diciembre de 2008. Página 22.

⁸¹ Figueroa, Arturo. *Simce "in english": Sólo el 2% de los chilenos maneja el idioma en inglés*, Diario Publimetro, 23.07.2010.

Fueron 13 los países latinoamericanos incluidos en este estudio, de los cuales sólo 2 (México y Argentina) poseen un nivel de inglés medio, mientras que el resto son considerados tener un nivel de inglés bajo a muy bajo.

Tabla 8. Índice de Habilidades en Inglés, año 2011

| # | País | Nivel de Inglés |
|-----------|--------------|-----------------|
| 1 | Noruega | Muy Alto |
| 2 | Holanda | Muy Alto |
| 3 | Dinamarca | Muy Alto |
| 4 | Suecia | Muy Alto |
| 5 | Finlandia | Muy Alto |
| 16 | Argentina | Medio |
| 22 | Costa Rica | Bajo |
| 31 | Brasil | Bajo |
| 35 | Perú | Muy Bajo |
| 36 | Chile | Muy Bajo |

FUENTE. Elaboración propia. Datos sacados de English Proficiency Index.

La importancia de contar con un capital humano con formación en este idioma radica en que el inglés se ha transformado indiscutidamente en el idioma de negocios universal.

Con la cantidad de multinacionales que se han instalado en Chile, y las que probablemente seguirán haciéndolo, sin dejar de considerar al mismo tiempo los clientes en el extranjero que se comunican con los proveedores nacionales a través de esta

⁸²*English Proficiency Index*o Índice de Habilidades de Inglés, es un ranking realizado por la empresa de formación educacional EF (EducationFirst) que busca determinar el nivel de inglés medio en un país, mediante el uso de datos provenientes de varias pruebas.

lengua, es imperante que el gobierno y la población local tomen más y mejores medidas para reforzar este tema.

3.8 Formas de disminuir o eliminar las barreras al comercio de servicios TIC

De todas las barreras señaladas, es quizás la limitación de recursos humanos la más seria, en cuanto a que es imposible multiplicar la fuerza laboral para llegar a competir con los niveles existentes en Brasil o Argentina (cada uno con una fuerza laboral superior a la cantidad de habitantes de todo Chile).

Sin embargo, se puede trabajar en formar más profesionales en el área de las TIC, entregando herramientas más sólidas y fomentando los estudios en esta área, siempre complementados de la enseñanza del inglés.

- *Mayor promoción del país como Plataforma Internacional de Servicios.* Ya se ha señalado que los esfuerzos de promoción de los productos y servicios chilenos en el extranjero son realizados por ProChile, y se han listado y explicado los distintos Instrumentos de ayuda existentes para las empresas nacionales dispuestas a exportar. Si estos esfuerzos se aumentaran, y se lograra potenciar el conocimiento internacional de las ventajas que el país ofrece a inversionistas y clientes extranjeros, se podría sacar provecho de la disponibilidad de recursos del país, lo que indudablemente generaría mayor empleo y mayor reporte de ganancias.

- *Fomento a carreras técnicas y universitarias relacionadas con la industria.* Así como la medida tomada por el Gobierno el 2010, de incentivar las carreras de pedagogía, sería excelente iniciativa el fomentar la elección de estudios superiores en el área TIC. Más créditos, becas y otro tipo de incentivos que sean especiales para los jóvenes que quieran hacer una carrera en la industria.
- *Mayor inclusión de carreras relacionadas con la industria en Liceos Técnicos.* Complementar las carreras ya existentes en Liceos técnicos, con otras relacionadas al sector TIC.
- *Fomento del Inglés.* Una de los compromisos del Gobierno actual ha sido el de fortalecer el idioma inglés en los chilenos. Para esto se han duplicado las becas de inglés llegando a 4.000 el año 2011, para los sectores de Turismo y Servicios Globales. Pero esto no es suficiente; menos difícil sería lograr tener una mayor población angloparlante si el inglés se instruyera de mejor manera durante la formación básica y media, para que en los estudios superiores la enseñanza de este lenguaje fuera más a nivel técnico, en vez de tener que nivelarlo.
- *Esclarecimiento en la Aplicación del IVA en los Servicios.* Las empresas exportadoras de servicios han tenido que, constantemente, acudir al Servicio de Impuestos Internos para poder determinar si los servicios que ellos exportan son o no considerados como hechos gravados con IVA.
- *Reducción de los costos en tecnologías.* Es necesario evaluar los precios actuales de las tecnologías. En un mundo competitivo, el poder reducir costos es esencial, pues no solo determina la preferencia de los inversionistas por hacer negocios en

el país, sino que aminora los costos operativos de las empresas exportadoras, aumentando de esta forma su nivel de competencia en los mercados extranjeros.

- *Eliminación del Impuesto al Software extranjero.* Es también una forma de abaratar los costos en tecnologías, y fue considerado en el Impulso Competitivo⁸³ como una de las medidas prontas a aplicarse.

⁸³ El Impulso Competitivo es un programa gubernamental diseñado en conjunto con expertos de distintas áreas para mejorar aspectos de funcionamiento y productividad del país. En él se hicieron compromisos sectoriales, los cuales se debieran cumplir una vez aprobados los Proyectos de Ley correspondientes.

Capítulo 4. CONCLUSIONES

La estabilidad y los indicadores macroeconómicos de Chile convierten al país en un socio atractivo con quien entablar relaciones comerciales. Su constante ratificación de acuerdos comerciales y su adhesión a la OCDE el 2010 confirman que el país está bien encaminado hacia el desarrollo, pero aún quedan muchas trabas que sortear para poder alcanzar mejores índices. A pesar de que su economía no se compara a las grandes potencias, como país emergente es destacable.

La diversificación en la producción y en las exportaciones es un buen comienzo hacia la maduración del país, y una excelente opción para lograrlo es mediante las exportaciones de Tecnologías de la Información y Comunicación; además, dado que los servicios son parte importante en toda actividad económica, parecería lógico el potenciarlos como exportaciones. Es una industria nueva, en la que Chile puede tomar un mayor rol a nivel regional aprovechando su reputación y explotando debidamente sus recursos.

En la actualidad, a pesar de que las exportaciones de servicios TIC de Chile no tienen una notoria participación en el total de exportaciones mundiales de servicios, las herramientas productivas existen, pero son algo débiles: el capital humano tiene muchas carencias principalmente de formación; los precios de las tecnologías que permiten la comunicación no son las más convenientes en la región. Lo anterior podría mejorar considerablemente si existiera un mayor esfuerzo en conjunto de los sectores público, privado y de parte de la ciudadanía, pues a todos les incumbe el mejoramiento de estos aspectos.

Una limitación específica a la mayor promoción de los servicios TIC chilenos, es la no existencia de un método que permita dimensionar este sector, no porque no se pueda, sino porque simplemente porque no se ha hecho, o no se ha sido consistente en ello. Tampoco existe una estandarización con respecto a la información de los mercados de destino de estos servicios, sin embargo es algo que al menos el Banco Central tiene planeado incluir en sus mediciones durante el próximo par de años⁸⁴. Con esto se pueden tener antecedentes reales para determinar cuáles son los países en los que Chile debe enfocar sus mayores esfuerzos, y en cuales existen oportunidades que no se están aprovechando.

En cuanto al fomento para las exportaciones de servicios TIC, los instrumentos existentes no son suficientes, y parte de las ayudas entregadas por la CORFO para las empresas de altas tecnologías se destinan a inversores extranjeros, no dándose prioridad a los productores nacionales; esto es algo que se discutió en el planteamiento del Impulso Competitivo, y se tomó como resolución el emparejar los accesos a estas ayudas.

Es en definitiva una industria que sólo continuará creciendo, y la cual a diferencia de la producción de bienes, tiene un menor riesgo de sufrir bajas a causa de crisis mundiales o de agotamiento de recursos, pues no está afectada a la disponibilidad de recursos físicos, sino más bien al conocimiento humano.

⁸⁴ Información proporcionada por Osvaldo Marinao, Jefe del Departamento de Comercio de Servicios de ProChile.

ANEXO I

Teletrabajo

¿Qué es el Teletrabajo?

El Teletrabajo se produce cuando las Tecnologías de la Comunicación e Información (TICs) son aplicadas para permitir que el trabajo sea hecho a distancia del lugar donde es necesario o donde convencionalmente estaría.

Durante la década de los '70, el Teletrabajo se convirtió en una alternativa atractiva al trabajo convencional debido a la primera Crisis Internacional del Petróleo, la cual llegó a cuadruplicar los precios normales de los combustibles. Ocurrido esto, quedó en evidencia el alto desperdicio de energía en los sectores de transporte público y privado. La combinación de la disponibilidad de nuevas tecnologías y la necesidad social sirvieron de fuerte estímulo para la Innovación, lo que fue de extrema importancia en el desarrollo del Teletrabajo, el cual era potencialmente visto como una forma de ahorrar energía al sustituir la comunicación electrónica por el transporte físico.

Con esto en mente fue que en 1973 Jack Nilles, un estadounidense ex ingeniero de la Fuerza Aérea de ese país, acuñó los términos *Telework* (Teletrabajo) y *Telecommuting* (del inglés *to commute*: “viajar cierta distancia entre el hogar de alguien y su trabajo, de

manera regular”⁸⁵), comenzando así su investigación formal de estos términos en el Centro de Investigación para el Futuro, de la Universidad de Carolina del Sur.

A finales de los setenta, la mayor parte de los países occidentales tuvieron sus primeras interacciones con el Teletrabajo, pero aún cuando estas iniciativas fueron altamente publicitadas, no tuvieron el éxito que se esperaba, y algunas ni siquiera fueron puestas en marcha, y por lo mismo llegó incluso a decirse que existían en ese entonces más personas investigando el Teletrabajo, que personas dispuestas a hacerlo, quizás por la falta de regulación o por el escaso conocimiento del tema.

No fue sino hasta sino la década de los noventa que el Teletrabajo pudo tomar mayor importancia en las organizaciones, gracias a distintos factores económicos, estructurales y tecnológicos, entre ellos, la recesión económica que afectó a las principales potencias mundiales durante los ochenta, lo cual forzó a las empresas a buscar una manera para disminuir sus gastos y aumentar su productividad; además, la sociedad previamente enfocada a la producción de bienes, está ahora orientada a los servicios. Otro punto determinante para el resurgimiento, fue la innovación en materia tecnológica que facilitaba aún más las condiciones para un correcto funcionamiento del trabajo a distancia.

Elementos del Teletrabajo.

⁸⁵ Verb [no object] travel some distance between one's home and place of work on a regular basis, *FUENTE: Oxford Dictionaries.*

Espacialidad: La prestación laboral se debe desarrollar en un lugar que no corresponde a aquellos en que normalmente se realiza el trabajo en las empresas. Así, se afirma que el teletrabajo es una especie dentro del género del trabajo a domicilio.

Uso de TICs: El trabajo se desarrolla mediante la utilización preferente de la informática y de las telecomunicaciones. Éstas deben ser utilizadas no solamente como el medio preferente del desarrollo del trabajo, sino también el medio de enlace con el empleador.

Habitualidad: El teletrabajador debe realizar su trabajo, en su mayor parte del tiempo, de esta forma.

Organización: La utilización de tecnologías como un nuevo modelo de organización del trabajo.

Clasificación de modalidades de Teletrabajo

El Teletrabajo puede organizarse de forma individual o grupal; puede constituir todo o parte de las labores del trabajador; y pueden también hacerlo trabajadores independientes o empleados de alguna organización. Para una mejor explicación, el Teletrabajo puede clasificarse de la siguiente manera:

Según el estado de relación laboral

- Teletrabajo Dependiente o por cuenta ajena. El trabajador mantiene una relación laboral con su empleador, y las condiciones de trabajar fuera de la empresa están generalmente incluidas en el contrato de trabajo.

- Teletrabajo Independiente. Esto significa que el Teletrabajador es autónomo, o sea, que no tiene ningún acuerdo contractual con nadie, sino que más bien presta servicios a empresas que lo necesiten.
- Teletrabajo Informal. Si bien el trabajador pertenece a una organización, y existe una relación laboral entre él y su empleador, la condición de trabajar desde un lugar distinto al del funcionamiento de la empresa, no está estipulada mediante contrato, sino que es más bien un acuerdo hablado entre las partes, pues entienden las ventajas de esto.

Según el país desde donde se realice

- Teletrabajo Nacional. Es el Trabajo realizado en un lugar distinto al de funcionamiento de la empresa pero dentro del territorio nacional.
- Teletrabajo Transnacional. Esta modalidad de Teletrabajo es la realizada desde un país distinto al del lugar de operación de la empresa contratante. Lo destacable de esta modalidad, es la cantidad de posibilidades que existen en cuanto a la contratación.

Según el tipo de oficina donde se realice

- Trabajo en casa o Teleconmutación. Es cuando un empleado o contratista trabaja desde su casa en vez de viajar al lugar donde se encuentra el empleador o el cliente. Es en su hogar en donde tiene todas las herramientas para poder trabajar; es el tipo de Teletrabajo más común.

- Teletrabajo móvil. Se da cuando ejecutivos, profesionales o personal de servicio, debido a las características de su trabajo, no tienen un lugar fijo para trabajar, y usan TICs que les permiten desarrollar sus funciones básicamente desde cualquier parte.
- Centros de Recursos Compartidos: son oficinas que cuentan con toda la tecnología e implementación necesaria para que un empleado pueda operar como lo haría desde una oficina convencional. Proporcionan una solución a las personas que quieren trabajar en una zona próxima a su hogar, pero que no cuentan con el equipamiento adecuado o temen el aislamiento que supone trabajar desde el propio domicilio. Se usan de manera colectiva y existen varios tipos:
 - Telecentros. Pueden prestar servicios a empleados de varias organizaciones. Esta opción representa una ventaja especialmente para el empleador, pues puede ahorrar dinero al compartir los gastos de arriendo y otros gastos operativos con otras empresas.
 - Telecabañas o Telecottages. Son iniciativa del Estado y fundaciones, que tienen como objetivo el potenciar áreas rurales o áreas urbanas de bajos ingresos, al incrementar las posibilidades de trabajo de sus habitantes. En estos lugares, además de poder trabajar para empresas situadas en zonas urbanas, la comunidad puede también acceder a capacitaciones para mejorar su manejo de tecnologías.

- Oficinas Satélite. Son centros de trabajo que pertenecen a una empresa, generalmente ubicados en zonas donde viven muchos empleados, o cercano a estas.
- Centros de Llamadas o Call Centers. Son oficinas que tienen como propósito atender de forma personalizada a los clientes de las empresas; para esto cuentan con el equipamiento telefónico, las conexiones y otras tecnologías necesarias. Generalmente están situados fuera de la empresa – muchas veces incluso fuera del país desde el cual la empresa opera– y su ubicación dependerá, entre otras cosas, de la disponibilidad de personal calificado y de los costos de las telecomunicaciones, así como del nivel salarial.
- Oficina virtual. Corresponde a la forma organizacional de ciertas empresas que no cuentan con un espacio físico desde el cual prestan sus servicios o realizan sus funciones, es decir, no tienen una sede u oficina central desde la cual operan. Todos los empleados trabajan a distancia utilizando TICs para comunicarse entre sí y para desempeñar sus labores.

Según el tiempo que se le dedique

- Teletrabajo Primario. Es cuando se considera el Teletrabajo como principal forma de trabajo y su oficina está establecida en su hogar, por lo que allí cuenta con el equipamiento necesario para esto. Lo anterior no significa que el

empleado deje de ir por completo a la empresa, pues aún puede necesitar ir en alguna ocasión o de forma regular.

- **Teletrabajo Sustancial o Telependular.** Puede entenderse como Teletrabajo a tiempo parcial, y esto se da cuando el empleado divide su tiempo entre las oficinas de la empresa y desde su domicilio. La empresa sigue siendo su principal lugar de trabajo, pero el trabajo a distancia está considerado rutinario, y puede ser meritorio para que se le entreguen equipos para trabajar desde su casa.
- **Teletrabajo Marginal.** Es cuando el tiempo dedicado a trabajar fuera de la empresa es relativamente bajo como para que éste pueda considerarse rutinario, y por lo mismo no existe una dotación de equipos de trabajo proporcionados por el empleador.

Ventajas y Desventajas del Teletrabajo

Esta forma de trabajar presenta distintas ventajas y reporta diferentes beneficios tanto para el empleado, como para el empleador; asimismo, la comunidad, y finalmente el país se ven relacionados a estas ventajas.

Como todo, el Teletrabajo presenta ciertas desventajas para las personas involucradas, pero ciertamente no son de alto impacto si se compara con las ventajas que puede reportar.

Tabla 9. Ventajas y Desventajas del Teletrabajo

| VENTAJAS | | |
|--|--|--|
| Empleado | Empleador | País |
| Aumento de flexibilidad laboral | Aumento en la productividad de la empresa debido a la mayor productividad del Empleado | Aumento de la inserción de personas con discapacidades en el mundo laboral |
| Aumento de vida familiar y calidad de vida | Aumento de competitividad en el Mercado, debido a la disminución de costos | Aumento en la efectividad del Sistema Transantiago |
| Aumento en la productividad | Aumento en el acceso a mejores profesionales, ya que la distancia no es problema | Aumento de las Inversiones Extranjeras Directas |
| Aumento en la integración laboral para las personas con discapacidades físicas | Aumento en la retención de empleados valiosos para la empresa | Disminución del desempleo |
| Disminución del stress | Aumento en la cercanía al cliente | Disminución de la contaminación ambiental |
| Disminución de los desplazamientos | Aumento en los negocios con otros países, gracias a que el empleado puede trabajar en distintos horarios | Disminución de las congestiones vehiculares |
| Disminución de Gastos por Locomoción, Comidas, entre otros. | Disminución de los problemas entre empleados al interior de la empresa | Disminución de la centralización |
| Disminución de riesgos de accidentes fuera del hogar | Disminución de Absentismo Laboral | Disminución de accidentes en la vía pública |
| | Disminución de Costos | |
| | Disminución de tiempos perdidos debido a catástrofes naturales o emergencias de otro tipo | |
| DESVENTAJAS | | |
| Empleado | Empleador | |
| Aislamiento | Pérdida del control sobre los empleados | |
| Menos productividad si no es una persona disciplinada | Menos productividad si no es un empleado disciplinado | |
| Pérdida de Gratificaciones | Riesgo de filtración de información importante de la compañía | |
| Trabajolismo, no saber cuando dejar de trabajar para dedicar tiempo su vida personal | | |
| Surgimiento de gastos inesperados si necesita redecorar alguna habitación, o si las herramientas de trabajo no son proporcionadas por el empleador | | |
| Menos medidas de seguridad | | |

FUENTE: Elaboración propia

BIBLIOGRAFÍA

DOCUMENTOS CONSULTADOS

Álvarez, Carlos. *Chile, plataforma de Servicios Globales*. Presentación del Vicepresidente Ejecutivo de CORFO

Banco Central de Chile, *Balanza de Pagos 2010*, <http://www.bcentral.cl/publicaciones/estadisticas/sector-externo/ext01k.htm>

Banco Mundial, *World dataBank*, <http://databank.worldbank.org/ddp/home.do>

Bertelsmann Stiftung, *BTI 2010 – Chile Country Report*. Gütersloh: Bertelsmann Stiftung, 2009

Chile Exporta Servicios, Oferta Exportable de Servicios TIC, <http://www.chilexportaservicios.cl/CES/Default.aspx?tabid=2294>

Corporación de Fomento de la Producción, CORFO, *Líneas de Apoyo*, http://www.corfo.cl/lineas_de_apoyo

De Saint Pierre, Didier, Santibáñez, Edgardo, Nuñez, Sergio. y Lefranc, Etienne, *Determinantes para las Ventajas Competitivas para las TIC mineras*, Identificación de Oportunidades de Negocio Globales en Base a Tecnologías de Información y Comunicaciones para el Cluster Minero y Relacionados. Abril de 2005

Dirección General de Relaciones Económicas Internacionales, DIRECON, *¿Sabía usted que...?* <http://www.direcon.gob.cl/>

Dutta, Soumitre, Mia, Irene, y Geiger, Thierry, “The Networked Readiness Index 2010-1011: Celebrating 10 Years of Assessing Networked Readiness”. *The Global Information Technology Report 2010-2011*(ISBN-13: 978-92-95044-95-1), Geneva, Foro Económico Mundial. Marzo de 2011

Fierro, Pamela, *PIB de Chile llega a los US\$ 200 mil millones en 2010 y supera en tamaño a Israel y Pakistán*, Diario La Tercera. 19 de Marzo de 2011

Figueroa, Arturo. *Simce "in english": Sólo el 2% de los chilenos maneja el idioma en inglés*, Diario Publimetro, 23 de Julio de 2010

Heidrick & Struggles, *Mapas de Talentos en Latinoamérica*, Heidrick & Struggles International, Inc. Diciembre de 2009

Impulso Competitivo, Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, Gobierno de Chile. Santiago, Mayo de 2011.

Introduction and Objectives of the ICT Price Basket, Chapter 4: The ICT Price Basket, *Measuring the Information Society 2010* (ISBN 92-61-13111-5). International Telecommunication Union. Geneva, 2010

Kiryama, Nobuo, *Trade in Information and Communications Technology and its Contribution to Trade and Innovation*, OECD Trade Policy Working Papers, No. 115, Publicación de la OCDE. Geneva, Junio de 2011

Las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) como motores hacia un Chile desarrollado, Propuestas ACTI para los programas de gobierno de los candidatos presidenciales. Santiago, Diciembre de 2009

López, Andrés, Ramos, Daniela y Torre, Iván. *Las Exportaciones de Servicios de América Latina y su integración en las Cadenas de Valor Globales*. Documento de Proyecto, CEPAL, Marzo de 2009

Martínez Erazo, Luis, *Exportación de Servicios e IVA*. Presentación del Socio Director de Impuestos de la firma Jeria, Martínez y Asociados. Santiago, 19 de Mayo de 2009

Martínez, Jorge, Padilla, Ramón y Schatan, Claudia, *Comercio Internacional: de bienes a servicios. Los casos de Costa Rica y México*. Publicación de la Unidad de Comercio Internacional e Industria de la CEPAL. (ISBN: 978-92-1-323182-1) México, marzo de 2008

No especificado, *Annual Report 2010*(ISBN: 978-3-935711-79-1), Transparency International, 2011

No especificado, *Conceptos y Definiciones Básicas de la Balanza de Pagos y Posición de Inversión Internacional*, *Balanza de Pagos de Chile 2010*, Banco Central de Chile. Santiago, Mayo de 2011. (ISSN: 0716-2359) Páginas 192-195. Disponible en <http://www.bcentral.cl>.

No especificado, *CORFO entregará 4.000 becas de inglés en todo Chile*, Sala de Prensa de ProChile, <http://www.prochile.cl>. Publicado el 17 de Abril de 2010

No especificado, *Enhancing Market Openness, Intellectual Property Rights, and Compliance through Regulatory Reform in Chile*, OCDE, 2011.

No especificado, *Estrategia Competitiva para la Creación en Chile de una Industria de Tecnologías de Información de Clase Mundial*, Deloitte Chile. Santiago, Diciembre de 2008

No especificado, *Proyecto Red de Investigación sobre el Offshoring*, IESE Business School, Universidad de Navarra

No especificado, *Tratados de Libre Comercio y Tratados para Evitar la Doble Tributación*, <http://www.sii.cl>, Normativa y Jurisprudencia

No especificado, *Working Party on Indicators of the Information Society*, Comité para la Política de Información, Computación y Comunicaciones, de la Dirección para la Ciencia, Tecnología e Industria de la OCDE, Estocolmo, Suecia. Abril de 2002

Normas de Utilización del Programa de Créditos para Financiamiento a Compradores Extranjeros para la adquisición de Bienes y Servicios de origen chileno. CORFO Exportación, Línea B.21. Publicado por la CORFO. Santiago, Febrero de 2010

Novik, Ana, *Negociaciones de Servicios e Inversiones con Australia, China y MERCOSUR*. Presentación a la Cámara de Comercio de Santiago, del Departamento Servicio, Inversiones y Transporte Aéreo, de la DIRECON. Santiago, 7 de Agosto de 2008

Opertti, Fabrizio. *El Mercado Mundial de Servicios Globales y las Oportunidades para Chile*. Presentación de ProChile

Organización Mundial del Comercio, *Base de Datos Estadísticos*, <http://stat.wto.org/StatisticalProgram/WSDBStatProgramHome.aspx?Language=E>

Pérez, Mauricio, *El IVA en los Servicios*, Diario Estrategia, 25.09.2007

Peterson Erik, Gott, Johan y King, Samantha, *Offshoring Opportunities Amid Economic Turbulence: The A.T. Kearney Global Services Location Index, 2011*. Chicago, 2011

Piña, Joaquín, *La Deslocalización en funciones no esenciales en las empresas: Oportunidades para exportar servicios. El caso de Chile*. (ISBN: 92-1-322767-1). División de Comercio Internacional e Integración de la CEPAL. Santiago, septiembre de 2005

ProChile, Servicios ofrecidos por ProChile, <http://rc.prochile.gob.cl/servicios/>

Schramm, Kareen, *Cuenta Satélite de Tecnologías de Información y Comunicación en Chile*, Santiago de Chile, 2006.

Tsai, C., Samb F., Gandslandt M., y Lippoldt D., *Enhancing Market Openness, Intellectual Property Rights, and Compliance Through Regulatory Reform in Chile*, OCDE

Ueki, Yayushi, Tsuji, Masatsugu y Cárcamo, Rodrigo, *Tecnología de la información y las comunicaciones (TIC) para el fomento de las pymes exportadoras en América Latina y Asia oriental*, Documento de Proyecto, CEPAL, octubre de 2005

FUENTES DIRECTAS

Jay P. Gundotra, Chief Executive Officer, ENow Inc.

Juan Eduardo Chackiel, Jefe del Departamento de Deuda Externa y Balanzas de Pago, Banco Central de Chile.

Kareen Schramm, Asesora de la Secretaría de Desarrollo Digital del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo, y realizadora de la Cuenta Satélite de Tecnologías de Información y Comunicación en Chile.

Oswaldo Marinao, Jefe del Departamento de Comercio de Servicios, ProChile.