



UNIVERSIDAD DE LA REPÚBLICA ORIENTAL DEL URUGUAY

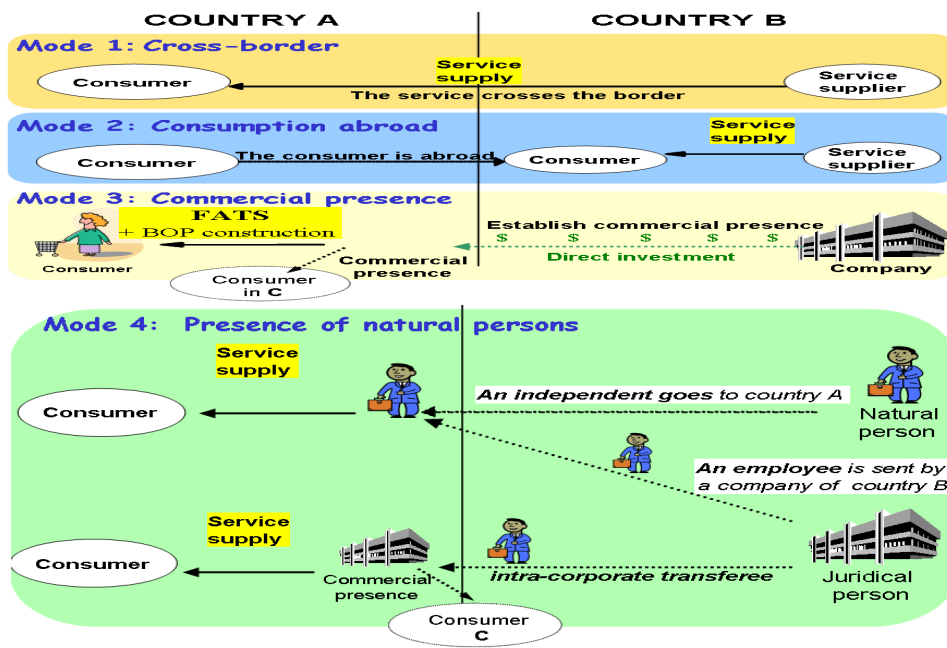


FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRACIÓN
CÁTEDRA DE NEGOCIOS CON EL EXTERIOR
MARZO 2011

TRABAJO MONOGRÁFICO PARA LA OBTENCIÓN DEL
TÍTULO DE CONTADOR PÚBLICO
TEMA:
COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS

ESTUDIANTE: EDUARDO BENTANCUR

ORIENTADOR: CR. JOSÉ LUIS REY



**CAPÍTULO I:
ASPECTOS GENERALES
DEL COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS**

DEFINICIÓN DE SERVICIOS

Diferenciación entre servicios y bienes

Como primera aproximación al tema, convencionalmente se ha definido a los servicios en oposición o contraposición a los bienes.

Bienes	Servicios
Tangibles	Intangibles
Visibles	Invisibles
Duraderos	Perecederos / transitorios
Almacenables	No almacenables
Producción y consumo diferidos, no se requiere que exista interacción directa entre productor y consumidor.	Producción y consumos simultáneos

Algunos autores caracterizan a los servicios por la simultaneidad de su producción y consumo y la consecuente imposibilidad de ser almacenados. También son caracterizados por la interacción necesaria entre proveedor y consumidor. Bhagwanti distingue entre servicios que requieren la presencia física del proveedor y los que no por ser separables. Los primeros los categoriza en: a) proveedor móvil, usuario inmóvil, b) usuario móvil, proveedor inmóvil, c) usuario móvil, proveedor móvil. Aquellos servicios que prescindan de la presencia física los denomina “a larga distancia”.

Brian Coperland y Aaditya Matoo en el capítulo 3 de su libro “A Handbook of International Trade in Services” destacan las siguientes diferencias:

1. El comercio transfronterizo no es el principal modo de suministro de los servicios. Muchos servicios que requieren el contacto personal entre el productor y el consumidor deben ser comercializados a través de otros modos como el establecimiento de sucursales, o el traslado del proveedor o el consumidor, en vez de ser el servicio en sí mismo el que se traslade. Estos autores intentan definir a los servicios en función del elemento que se traslada: el servicio, el proveedor, el consumidor, o el capital, lo que el AGCS denomina modos de suministro.
2. Los servicios se encuentran mucho más regulados que los bienes. Muchos son provistos por el Estado o por monopolios. Sin embargo, pocos están gravados con aranceles; las principales barreras al comercio de servicio son no arancelarias. Dichas barreras tienen un doble propósito: a) corregir errores del mercado, y b) proteger a los proveedores locales.

Diferentes definiciones

A continuación veremos cuán difícil ha sido hasta el día de hoy alcanzar una definición basada en la caracterización de los servicios, perdiendo generalidad debido a la gran diversidad de los mismos.

Las definiciones basadas en estas caracterizaciones resultan ser limitadas, no abarcativas de muchos servicios cuya naturaleza les otorga cualidades propias de los bienes pero que, sin lugar a dudas, son servicios. Algunos reúnen condiciones de tangibilidad: un dictamen de auditoría que se plasma en un informe impreso, un software que se almacena en un pen drive, el asesoramiento de un arquitecto que se refleja en un plano, un estudio de mercado que se refleja en un informe, etc. En otros casos, son visibles: una obra de teatro, un programa de televisión, un espectáculo musical o deportivo, un corte de cabello, la reparación de una maquinaria, etc. También existen otros servicios que son almacenables: una película de cine, las clases grabadas de la cátedra de Negocios con el Exterior, los sistemas de contestadotas telefónicas automáticas, el servicio que permite a los abonados de los proveedores de televisión paga grabar los programas para verlos cuando lo deseen, etc. Para muchos servicios no es indispensable el contacto entre productores y consumidores: los cajeros bancarios automáticos, los servicios bancarios y financieros a través de Internet, etc. La transitoriedad tampoco constituye un criterio claro para distinguir entre bienes y servicios, ya que existen bienes consumidos instantáneamente, como un helado, por ejemplo, y servicios cuyos efectos sobre los consumidores son mucho más duraderos, como una cirugía, por ejemplo.

Evitando definir los servicios por sus características, Hill (1977) elabora una definición sistemática: ***“Servicio es el cambio que experimentan las condiciones de una persona, o de un bien perteneciente a alguna unidad económica, por efecto de la actividad desarrollada por otra unidad económica, previa autorización de la primera persona o unidad económica.”*** Al centrar la atención en el cambio, Hill evita definir a los servicios en función de sus características –la intangibilidad, por ejemplo–, y distingue el proceso de producción y suministro de un servicio de su resultado, que es el cambio que genera en las condiciones de una persona o cosa.

No obstante la mayor abstracción y amplitud de la definición anterior, la misma puede ser objeto de críticas, ya que no incluye aquellos servicios destinados a impedir el cambio (servicios de seguridad social y la medicina preventiva, por ejemplo) y, en otros casos, resulta difícil establecer el vínculo entre el servicio y el cambio en la condición del consumidor (pólizas de seguro, por ejemplo). También podría entenderse desde otro enfoque que, en el caso de la medicina, por ejemplo, la acción de cambio es la prevención de enfermedades y la preservación de la salud. Otra crítica que se le hace a la definición de Hill es que hay servicios, como la defensa nacional o el orden público, en los cuales no se cumple la libre participación en la transacción celebrada entre el consumidor y el productor, a menos que se introduzca el concepto de contrato social.

El Manual de Estadísticas de Comercio Internacional de Servicios (MECIS) no elabora una definición precisa, simplemente señala algunas de las características propias de los servicios:

- Heterogeneidad e Intangibilidad: “Conjunto heterogéneo de productos y actividades intangibles....”
- Separabilidad: En muchos casos, los servicios son “...difíciles de separar de los productos a los cuales están vinculados en distinto grado.”
- Carácter inmediato de la relación proveedor-consumidor: A diferencia de los bienes, muchos servicios no son transportables o almacenables, requiriendo la proximidad entre comprador y vendedor, teniendo alguno de ellos que desplazarse para entrar en contacto con el otro.

El MECIS señala que, en términos generales, seguirá la definición del Sistema de Cuentas Nacionales 1993. Éste nos brinda la siguiente definición: “*Los servicios no son entidades independientes sobre las que se puedan establecer derechos de propiedad; asimismo, no pueden intercambiarse por separado de su producción. Los servicios son productos heterogéneos producidos sobre pedido que generalmente consisten en cambios en las condiciones de las unidades que los consumen y que son resultado de las actividades realizadas por sus productores a demanda de los consumidores. En el momento de concluir su producción los servicios han sido suministrados a sus consumidores.*” Como vemos, esta definición consiste en la caracterización de los servicios, aspecto que ya hemos puesto en discusión, y tiene en común con Hill la consideración del efecto del cambio que los mismos generan.

El SCN 1993 realiza mayores precisiones sobre el tema: “*Hay un grupo de industrias generalmente clasificadas como industrias de los servicios, cuyas producciones tienen muchas de las características de los bienes; es el caso de las industrias relacionadas con el suministro, el almacenamiento, la comunicación y la difusión de la información, el asesoramiento y el entretenimiento en el sentido más amplio de esos términos: la producción de la información general o especializada, las noticias, los informes de consultorías, los programas de computación, el cine, la música, etc. Las producciones de estas industrias, sobre las que se pueden establecer derechos de propiedad, se almacenan frecuentemente en objetos físicos –papel, cintas, discos, etc.- que pueden comercializarse como los bienes ordinarios. Esas producciones se caractericen como bienes o como servicios, poseen la peculiaridad común y esencial de que pueden ser producidos por una unidad y suministrarse a otra, haciendo posible de esa manera la división del trabajo y la aparición de mercados.*” En este párrafo se realizan las salvedades señaladas al comienzo de esta sección, advirtiendo que hay servicios con rasgos comunes a los bienes.

El GATS (General Agreement on Trade in Services) o AGCS por sus siglas en español, tampoco nos brinda una definición de los servicios, sino que define las modalidades de transacción de los mismos entre los países miembros. En su artículo 28, define el “suministro de servicios” como su producción, distribución,

comercialización, venta y prestación. Asimismo, excluye del acuerdo los “servicios suministrados en ejercicio de las facultades gubernamentales”, entendiéndose como tales aquellos “...que no se suministre(n) en condiciones comerciales ni en competencia con uno o varios proveedores de servicios”. De acuerdo con lo anterior, podríamos considerar como exportación de servicios las ventas que empresas del dominio comercial del Estado realicen al exterior: venta de energía eléctrica de UTE, servicios de roaming brindados por las compañías telefónicas (aún del Estado), la asesoría técnica que estas empresas puedan ofrecer, etc.

El GATS no brinda una definición de qué se entiende por “servicios”, así como tampoco hay una definición de “bienes” en el GATT. En la práctica se ha constatado que esta postura de dejar la definición abierta no ha causado mayores inconvenientes y brinda la ventaja de no restringir el concepto, permitiendo que este se adapte a la evolución rápida y constante del comercio mundial.

Finalmente, podemos mencionar que algunos autores prefieren, ante la gran heterogeneidad de servicios y la dificultad de encontrar características comunes a todos ellos que los diferencien de los bienes, elaborar un listado de actividades a las que consideran servicios; en cambio, otros utilizan a los servicios como una categoría residual para todas aquellas actividades que no se encuadran en los sectores primario ni secundario de la economía.

Clasificación sectorial de servicios de la OMC (Organización Mundial de Comercio)

LISTA DE CLASIFICACION SECTORIAL DE LOS SERVICIOS

SECTORES Y SUBSECTORES

1. SERVICIOS PRESTADOS A LAS EMPRESAS

- A. Servicios profesionales
 - a. Servicios jurídicos
 - b. Servicios de contabilidad, auditoría y teneduría de libros
 - c. Servicios de asesoramiento tributario
 - d. Servicios de arquitectura
 - e. Servicios de ingeniería
 - f. Servicios integrados de ingeniería
 - g. Servicios de planificación urbana y de arquitectura paisajista
 - h. Servicios médicos y dentales
 - i. Servicios de veterinaria
 - j. Servicios proporcionados por parteras, enfermeras, fisioterapeutas y personal paramédico
 - k. Otros

- B. Servicios de informática y servicios conexos
 - a. Servicios de consultores en instalación de equipo de informática
 - b. Servicios de aplicación de programas de informática
 - c. Servicios de procesamiento de datos
 - d. Servicios de bases de datos
 - e. Otros

- C. Servicios de Investigación y Desarrollo
 - a. Servicios de investigación y desarrollo de las ciencias naturales
 - b. Servicios de investigación y desarrollo de las ciencias sociales y las humanidades
 - c. Servicios interdisciplinarios de investigación y desarrollo

- D. Servicios inmobiliarios
 - a. Servicios inmobiliarios relativos a bienes raíces propios o arrendados
 - b. Servicios inmobiliarios a comisión o por contrato

- E. Servicios de arrendamiento o alquiler sin operarios
 - a. Servicios de arrendamiento o alquiler de buques sin tripulación
 - b. Servicios de arrendamiento o alquiler de aeronaves sin tripulación
 - c. Servicios de arrendamiento o alquiler de otros medios de transporte sin personal
 - d. Servicios de arrendamiento o alquiler de otro tipo de maquinaria y equipo sin operarios
 - e. Otros

- F. Otros servicios prestados a las empresas
 - a. Servicios de publicidad
 - b. Servicios de investigación de mercados y encuestas de la opinión pública
 - c. Servicios de consultores en administración
 - d. Servicios relacionados con los de los consultores en administración
 - e. Servicios de ensayos y análisis técnicos
 - f. Servicios relacionados con la agricultura, la caza y la silvicultura
 - g. Servicios relacionados con la pesca
 - h. Servicios relacionados con la minería
 - i. Servicios relacionados con las manufacturas

 - j. Servicios relacionados con la distribución de energía
 - k. Servicios de colocación y suministro de personal

- l. Servicios de investigación y seguridad
- m. Servicios conexos de consultores en ciencia y tecnología
- n. Servicios de mantenimiento y reparación de equipo (con exclusión de las embarcaciones, las aeronaves y demás equipo de transporte)
- o. Servicios de limpieza de edificios
- p. Servicios fotográficos
- q. Servicios de empaque
- r. Servicios editoriales y de imprenta
- s. Servicios prestados con ocasión de asambleas o convenciones
- t. Otros

2. SERVICIOS DE COMUNICACIONES

- A. Servicios postales
- B. Servicios de correos
- C. Servicios de telecomunicaciones
 - a. Servicios de teléfono
 - b. Servicios de transmisión de datos con conmutación de paquetes
 - c. Servicios de transmisión de datos con conmutación de circuitos
 - d. Servicios de télex
 - e. Servicios de telégrafo
 - f. Servicios de facsímil
 - g. Servicios de circuitos privados arrendados
 - h. Correo electrónico
 - i. Correo vocal
 - j. Extracción de información en línea y de bases de datos
 - k. Servicios de intercambio electrónico de datos (IED)
 - l. Servicios de facsímil ampliados/de valor añadido, incluidos los de almacenamiento y retransmisión y los de almacenamiento y recuperación
 - m. Conversión de códigos y protocolos
 - n. Procesamiento de datos y/o información en línea (con inclusión del procesamiento de transacción)
 - o. Otros
- D. Servicios audiovisuales
 - a. Servicios de producción y distribución de películas cinematográficas y cintas de vídeo
 - b. Servicios de proyección de películas cinematográficas
 - c. Servicios de radio y televisión
 - d. Servicios de transmisión de sonido e imágenes
 - e. Grabación sonora
 - f. Otros

E. Otros

3. SERVICIOS DE CONSTRUCCION Y SERVICIOS DE INGENIERIA CONEXOS

A. Trabajos generales de construcción para la edificación

B. Trabajos generales de construcción para ingeniería civil

C. Armado de construcciones prefabricadas y trabajos de instalación

D. Trabajos de terminación de edificios

E. Otros

4. SERVICIOS DE DISTRIBUCION

A. Servicios de comisionistas

B. Servicios comerciales al por mayor

C. Servicios comerciales al por menor

D. Servicios de franquicia

E. Otros

5. SERVICIOS DE ENSEÑANZA

A. Servicios de enseñanza primaria

B. Servicios de enseñanza secundaria

C. Servicios de enseñanza superior

D. Servicios de enseñanza de adultos n.c.p.

E. Otros servicios de enseñanza

6. SERVICIOS RELACIONADOS CON EL MEDIO AMBIENTE

A. Servicios de alcantarillado

B. Servicios de eliminación de desperdicios

C. Servicios de saneamiento y servicios similares

D. Otros

7. SERVICIOS FINANCIEROS

- A. Todos los servicios de seguros y relacionados con los seguros
 - a. Servicios de seguros de vida, contra accidentes y de salud
 - b. Servicios de seguros distintos de los seguros de vida
 - c. Servicios de reaseguro y retrocesión
 - d. Servicios auxiliares de los seguros (incluidos los de corredores y agencias de seguros)

- B. Servicios bancarios y otros servicios financieros (excluidos los seguros)
 - a. Aceptación de depósitos y otros fondos reembolsables del público
 - b. Préstamos de todo tipo, incluidos, entre otros, créditos personales, créditos hipotecarios, factoring y financiación de transacciones comerciales
 - c. Servicios financieros de arrendamiento con opción de compra
 - d. Todos los servicios de pago y transferencia monetaria
 - e. Garantías y compromisos
 - f. Intercambio comercial por cuenta propia o de clientes, ya sea en una bolsa, en un mercado extrabursátil, o de otro modo, de lo siguiente:
 - instrumentos del mercado monetario (cheques, letras, certificados de depósito, etc.)
 - divisas
 - productos derivados, incluidos, aunque no exclusivamente, futuros y opciones
 - instrumentos de los mercados cambiario y monetario, por ejemplo, "swaps", acuerdos de tipo de interés a plazo, etc.
 - valores transferibles
 - otros instrumentos y activos financieros negociables, metal inclusive
 - g. Participación en emisiones de toda clase de valores, con inclusión de la suscripción y colocación como agentes (pública o privadamente) y la prestación de servicios relacionados con esas emisiones
 - h. Corretaje de cambios
 - i. Administración de activos; por ejemplo,

administración de fondos en efectivo o de carteras de valores, gestión de inversiones colectivas en todas sus formas, administración de fondos de pensiones, servicios de depósito y servicios fiduciarios

- j. Servicios de pago y compensación respecto de activos financieros, con inclusión de valores, productos derivados, y otros instrumentos negociables
- k. Servicios de asesoramiento y otros servicios financieros auxiliares respecto de cualesquiera de las actividades enumeradas en el artículo 1B del documento MTN.TNC/W/50, con inclusión de informes y análisis de crédito, estudios y asesoramiento sobre inversiones y carteras de valores, y asesoramiento sobre adquisiciones y sobre reestructuración y estrategia de las empresas
- l. Suministro y transferencia de información financiera, y procesamiento de datos financieros y soporte lógico con ellos relacionado, por proveedores de otros servicios financieros

C. Otros

8. SERVICIOS SOCIALES Y DE SALUD
(distintos de los enumerados en 1.A.h-j.)

A. Servicios de hospital

B. Otros servicios de salud humana
(excepto los comprendidos en la partida 93191)

C. Servicios sociales

D. Otros

9. SERVICIOS DE TURISMO Y SERVICIOS RELACIONADOS
CON LOS VIAJES

A. Hoteles y restaurantes (incluidos los servicios de suministro de comidas desde el exterior por contrato)

B. Servicios de agencias de viajes y organización de viajes en grupo

C. Servicios de guías de turismo

D. Otros

10. SERVICIOS DE ESPARCIMIENTO, CULTURALES Y DEPORTIVOS
(excepto los servicios audiovisuales)

- A. Servicios de espectáculos (incluidos los de teatro, bandas y orquestas, y circos)
- B. Servicios de agencias de noticias

- C. Servicios de bibliotecas, archivos, museos y otros servicios culturales
- D. Servicios deportivos y otros servicios de esparcimiento

- E. Otros

11. SERVICIOS DE TRANSPORTE

- A. Servicios de transporte marítimo
 - a. Transporte de pasajeros
 - b. Transporte de carga
 - c. Alquiler de embarcaciones con tripulación
 - d. Mantenimiento y reparación de embarcaciones
 - e. Servicios de remolque y tracción
 - f. Servicios de apoyo relacionados con el transporte marítimo
- B. Transporte por vías navegables interiores
 - a. Transporte de pasajeros
 - b. Transporte de carga
 - c. Alquiler de embarcaciones con tripulación
 - d. Mantenimiento y reparación de embarcaciones
 - e. Servicios de remolque y tracción
 - f. Servicios de apoyo relacionados con el transporte por vías navegables interiores
- C. Servicios de transporte aéreo
 - a. Transporte de pasajeros
 - b. Transporte de carga
 - c. Alquiler de aeronaves con tripulación
 - d. Mantenimiento y reparación de aeronaves
 - e. Servicios de apoyo relacionados con el transporte aéreo
- D. Transporte por el espacio
- E. Servicios de transporte por ferrocarril
 - a. Transporte de pasajeros
 - b. Transporte de carga
 - c. Servicios de remolque y tracción
 - d. Mantenimiento y reparación de equipo de transporte por ferrocarril
 - e. Servicios de apoyo relacionados los

servicios de transporte por ferrocarril

- F. Servicios de transporte por carretera
 - a. Transporte de pasajeros
 - b. Transporte de carga
 - c. Alquiler de vehículos comerciales con conductor
 - d. Mantenimiento y reparación de equipo de transporte por carretera
 - e. Servicios de apoyo relacionados con los servicios de transporte por carretera

- G. Servicios de transporte por tuberías
 - a. Transporte de combustibles
 - b. Transporte de otros productos

- H. Servicios auxiliares en relación con todos los medios de transporte
 - a. Servicios de carga y descarga
 - b. Servicios de almacenamiento
 - c. Servicios de agencias de transporte de carga
 - d. Otros

- I. Otros servicios de transporte

12. OTROS SERVICIOS N.C.P.

MODALIDADES DEL COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS

De acuerdo con la UNCTAD, en concordancia con la definición que brinda el GATS, para que una transacción de servicios sea considerada como internacional, debe existir un traslado de un país a otro de alguno/s de estos cuatro elementos para ofrecer o recibir un servicio:

- a) Bienes (Modo 1);
- b) Personas (Modo 2, Modo 4);
- c) Capital (Modo 3);
- d) Información (Modo 1).

Dicho intercambio tiene que realizarse entre residentes de diferentes países.

El GATS en su artículo primero inciso segundo define las cuatro modalidades de comercio de servicios posibles entre los países miembros:

- a) **Modo 1: Suministro transfronterizo:** “...del territorio de un (país) Miembro al territorio de cualquier otro (país) Miembro”. En este caso, el elemento que se traslada de un país a otro son los bienes o servicios.
- b) **Modo 2: Consumo en el extranjero:** “...en el territorio de un (país) Miembro a un consumidor de servicios de cualquier otro (país)

Miembro”. El elemento que se traslada de un país a otro son las personas, los consumidores.

- c) **Modo 3: Presencia comercial:** “...por un proveedor de servicios de un (país) Miembro mediante presencia comercial en el territorio de cualquier otro (país) Miembro”. El elemento que se traslada de un país a otro es el capital.
- d) **Modo 4: Presencia de personas físicas:** “...por un proveedor de servicios de un (país) Miembro mediante la presencia de personas físicas de un (país) Miembro en el territorio de cualquier otro (país) Miembro”. El elemento que se traslada es el trabajo.

En el Modo 1, tanto el proveedor como el consumidor permanecen en sus respectivos países. Es el servicio el que se traslada desde el proveedor al consumidor a través de diferentes medios, como el teléfono, internet, videoconferencia, televisión, u otro enlace informático, envío de documentos por correo o mensajería, etc. Ejemplos clásicos de esta modalidad son los fletes internacionales que se encuentran vinculados al transporte de mercaderías. Otros ejemplos podrían ser los servicios de call centers, de entretenimiento de canales de televisión por cable o satélite, la transmisión de eventos musicales o deportivos por satélite, la reserva de paquetes turísticos por internet, etc.

La importancia de este modo de suministro se ha incrementado notoriamente como consecuencia del acelerado perfeccionamiento de las tecnologías de información y comunicación. Estos avances han permitido la transferencia remota de datos, voces e imágenes, e incluso la oferta directa de servicios en reemplazo del desplazamiento de personas y equipos.

En el Modo 2, un consumidor de un país se traslada a otro. Ejemplos: consumo de los turistas en el extranjero (hotelería, gastronomía, entretenimiento, etc.), tratamientos médicos a no residentes, cursos de idiomas en el exterior, etc.

En el Modo 3, el proveedor del exterior establece presencia comercial (persona jurídica en sentido estricto o entidades jurídicas como oficinas de representación o sucursales) en el país para asegurar un contacto más estrecho en diferentes etapas de la producción y entrega. El artículo XXVIII define la presencia comercial como todo tipo de establecimiento comercial o profesional, a través, entre otros medios, de:

1. la constitución, adquisición o mantenimiento de una persona jurídica, o
2. la creación o mantenimiento de una sucursal o una oficina de representación.

En el Modo 4, el prestador del servicio se traslada al país del consumidor para prestarle el servicio. Puede hacerlo de manera directa (trabajadores independientes) o en representación de su empleador (trabajo dependiente). Este tipo de trabajo independiente o dependiente no debe ser permanente, sólo transitorio. Algunos ejemplos son: asesoramiento fiscal brindado por un contador uruguayo a exportadores brasileños en Brasil, capacitación al personal de una empresa argentina en la implantación de un software o el soporte técnico realizados en Argentina, contratación de corto plazo de

médicos o docentes extranjeros, o de trabajadores de la construcción o de servicio doméstico extranjeros.

Podemos distinguir los servicios en dos categorías: aquellos que requieren la proximidad entre productor y consumidor, y aquellos otros que no. En la medida que las tecnologías de las comunicaciones y el envío electrónico de información se desarrollan, dicha cercanía se va volviendo menos necesaria para muchos servicios. El modo de suministro elegido dependerá de las características del servicio en cuestión, la tecnología disponible, y las normas o regulaciones existentes.

Las modalidades de suministro de servicios en los mercados internacionales pueden clasificarse en dos categorías:

1. Comercio transfronterizo: a) servicios logísticos (necesarios para el transporte y suministro internacional de bienes, de personas, de información y otros servicios); b) servicios al productor necesarios para la producción de bienes y servicios en el exterior (inversiones, servicios de administración, tecnológicos, de suministro de activos intangibles a los productores finales y franquicias); c) otros servicios comercializados internacionalmente en forma directa (servicios de ingeniería, de seguro de líneas comerciales, de la marina mercante, de películas cinematográficas, de información).
2. Comercio de empresas establecidas: a) servicios proporcionados en el país importador por la empresa productora controlada por capital extranjero, b) servicios proporcionados en el país exportador a los visitantes.

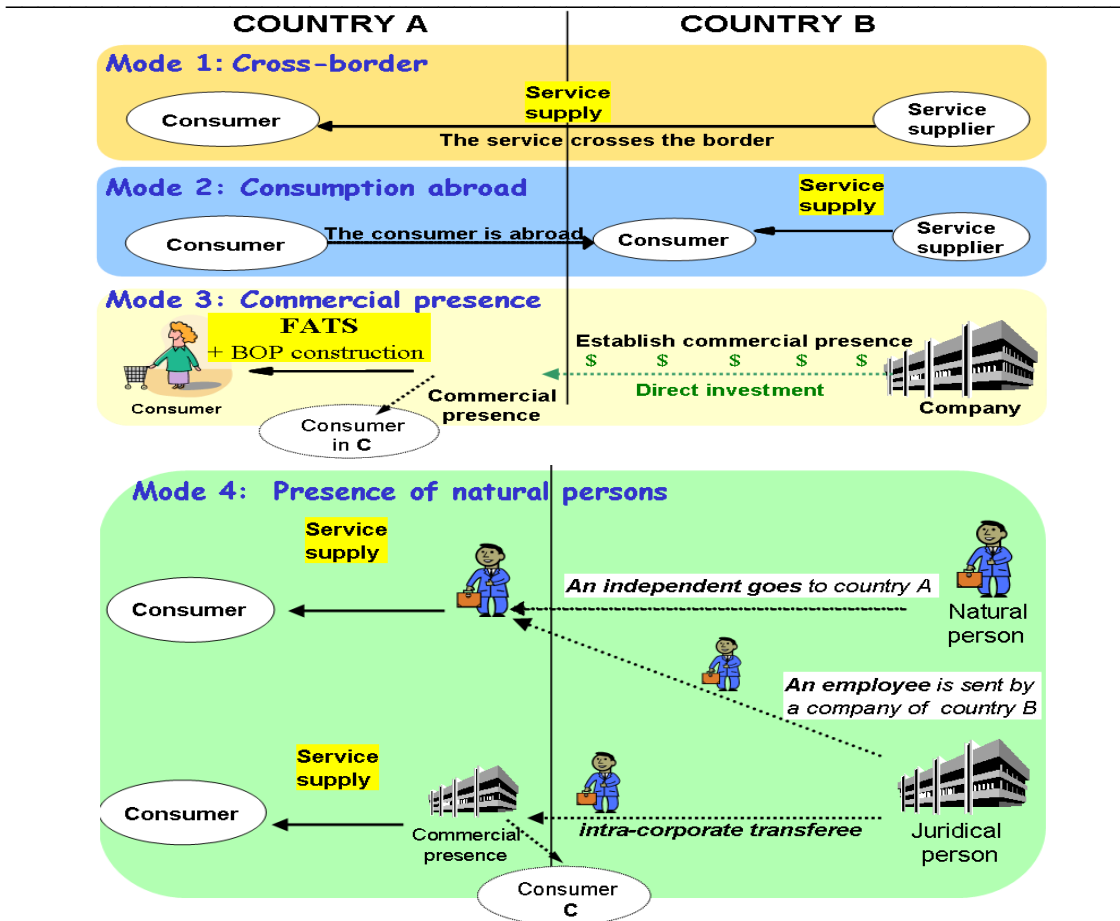
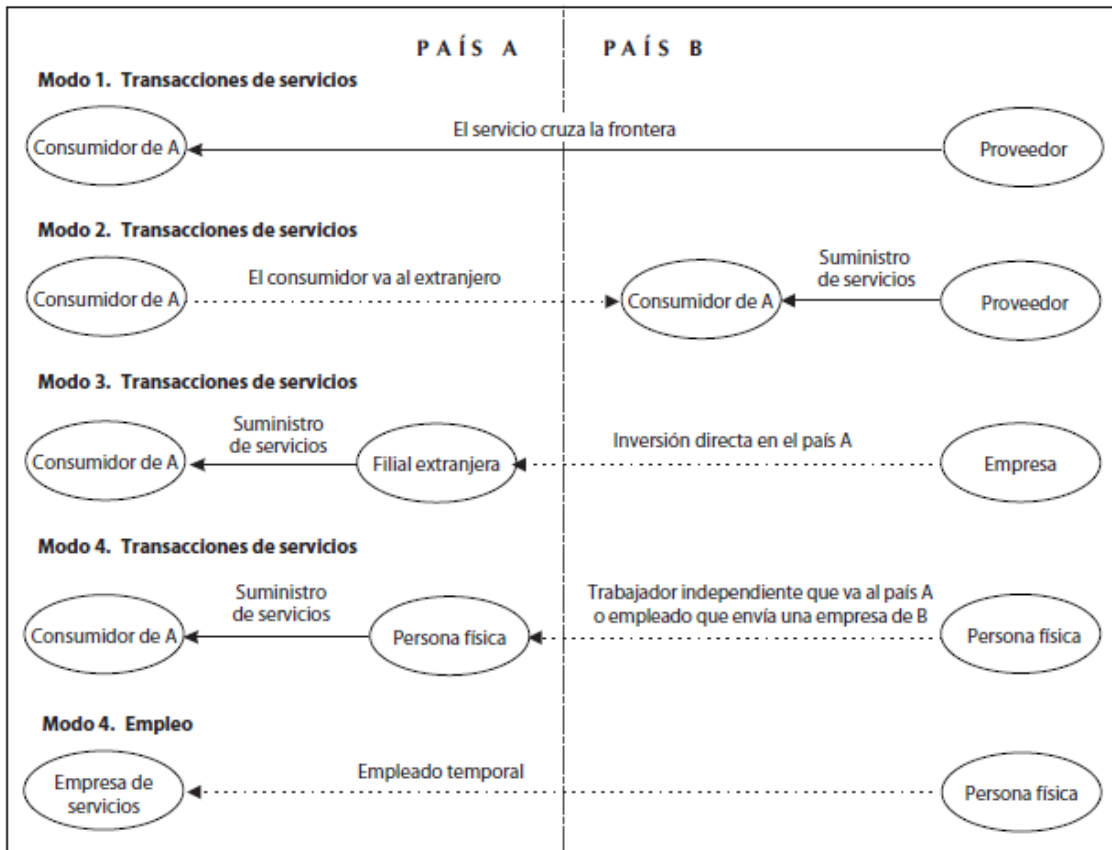


Gráfico extraído del módulo de capacitación de Medición del Comercio de Servicios de la OMC

Cuadro comparativo de los modos de suministro



Cuadro extraído del Manual de Estadísticas del Comercio Internacional de Servicios, pg. 23

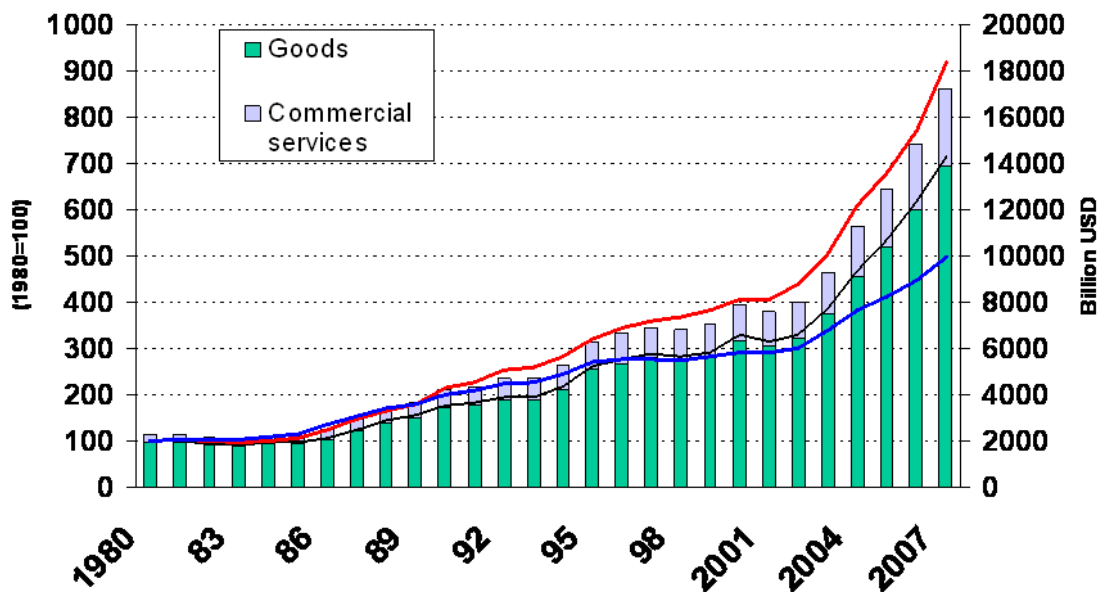
IMPORTANCIA DEL COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS

A continuación se exponen datos estadísticos que reflejan la creciente importancia del comercio internacional de servicios:

Exportaciones:

El volumen total de sus exportaciones a nivel mundial de los últimos 20 años ha llegado a representar el 20% del comercio mundial y 2/3 del PBI mundial.

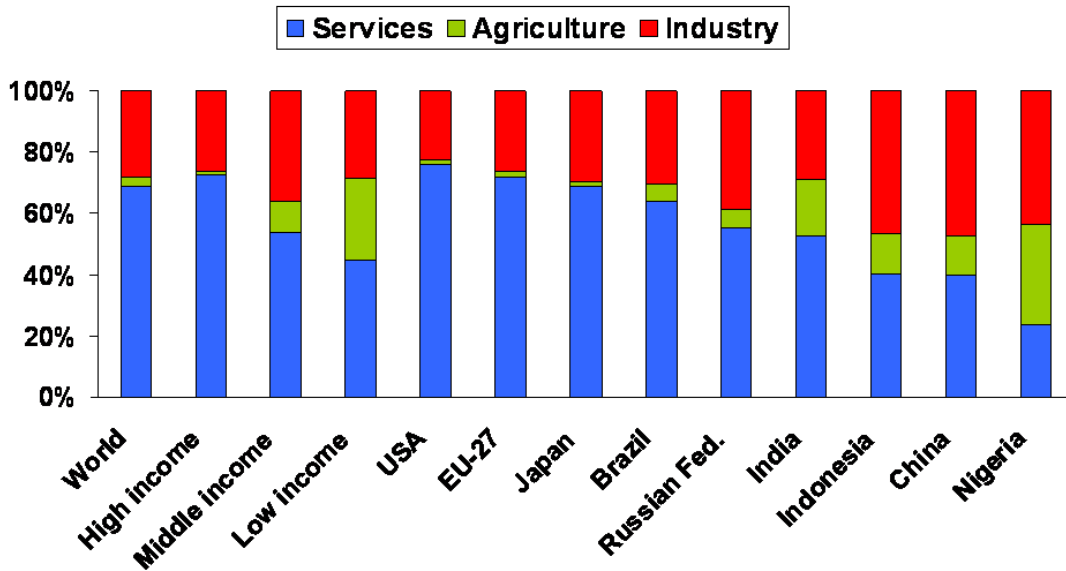
Exportaciones de productos y servicios comerciales, 1980-2007



Fuente: OMC

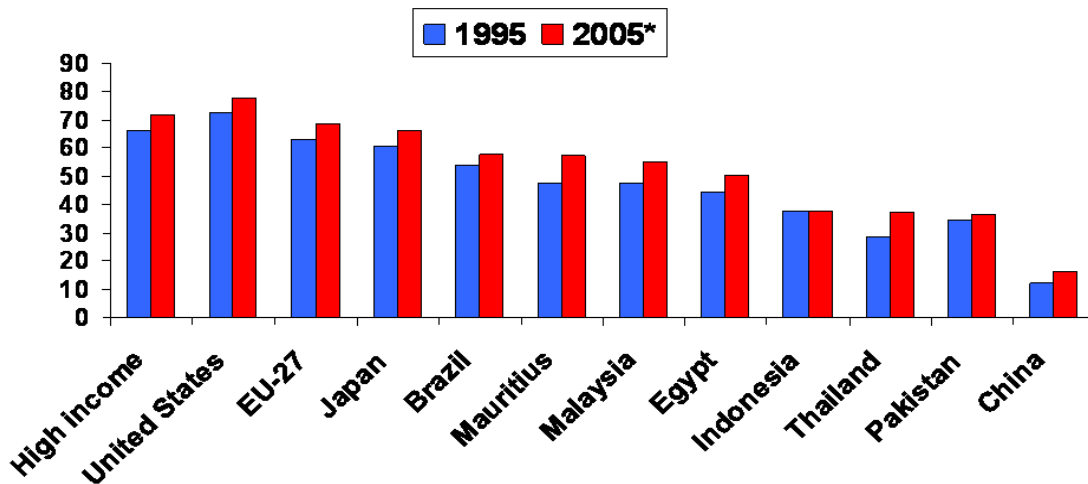
Producto Interno Bruto:

La participación de los servicios en el PIB, según datos del 2005, es superior al 70% en países de altos ingresos, 55% en los de ingresos medios, 45% en los de bajos ingresos, y superior al 60% a escala mundial. A mayor grado de desarrollo económico, mayor importancia de los servicios en el PIB nacional.



Niveles de ocupación en el mercado laboral:

Podemos apreciar una tendencia de crecimiento sostenido de los servicios como fuente generadora de trabajo, expandiendo dicho mercado y recibiendo la migración de trabajadores de otros sectores, tanto en países desarrollados como en vías de desarrollo, aunque de manera mucho más incipiente en algunos de estos últimos.



Otras consideraciones:

La relevancia del sector servicios puede ser considerada teniendo en cuenta los siguientes aspectos:

- ⇒ Representan un insumo para otras actividades económicas.
- ⇒ Reúnen un gran potencial para generar un incremento de productividad y eficiencia de otros sectores de la economía.
- ⇒ La rentabilidad promedio del sector es superior a la de otros sectores de la economía.
- ⇒ En Uruguay, el sector servicios ofrece niveles de remuneración superiores que el resto de la economía (CNCS).
- ⇒ En Uruguay, este sector presenta una menor discriminación de género que el resto de la economía (CNCS).
- ⇒ En Uruguay, los servicios presentan un menor grado de informalidad que la economía en su conjunto (CNCS).
- ⇒ Para Matus y Stern, los "...servicios eficientes no sólo proveen un beneficio directo a los consumidores, sino también ayudan al rendimiento de toda la economía." Por ejemplo, "un eficiente y adecuadamente regulado sector financiero conduce a la eficiente transformación de ahorros en inversión, asegurando que los recursos sean utilizados donde obtengan el más alto retorno..."

En el tercer capítulo del presente trabajo, se exponen datos estadísticos del comercio de servicios del Uruguay. En el anexo estadístico se exponen mayores datos estadísticos del comercio de servicios a nivel mundial.

CUADRO 1		
FORMAS EN LAS QUE LOS SERVICIOS CONTRIBUYEN A LA GLOBALIZACIÓN Y LA COMPETITIVIDAD		
	Necesidades y oportunidades de/para las empresas derivadas de la globalización	Servicios a empresas que contribuyen a satisfacer las necesidades globales
Factores	Acceso global al capital y la producción de innovaciones técnicas globalmente competitivas	Servicios auxiliares financieros Servicios de ingeniería y técnicos Tests y controles de calidad I+D Diseño
	Acceso global a la mano de obra y utilización de nuevas habilidades globales en los mercados locales	Selección y provisión de personal Búsqueda de líderes Formación profesional Deslocalización Trabajo temporal
	Acceso y control de los conocimientos globales	Servicios informáticos y otros relacionados con las TIC Servicios relacionados con Internet e intranet Consultoría en tecnologías de la información y dirección de conocimientos
Mercados	Acceso a nuevos mercados	Consultoría de dirección Búsqueda de mercados Ayudas a la exportación Ferias y exhibiciones Servicios legales
	Adaptación de los productos globales a las necesidades locales y creación de nuevas necesidades	Marketing y publicidad Relaciones públicas y oficinas de prensa Búsqueda de mercados y <i>management</i> Comercio distributivo Servicios relacionados con Internet: B2B, B2C y páginas web
	Reputación global	Marcas comerciales y servicios de marca Servicios de comunicaciones Servicios ambientales y CSR
Localizaciones	<i>Outsourcing</i> a países de bajo coste	Servicios de alta cualificación relacionados con las TIC (p.e. contabilidad) Servicios operacionales de baja cualificación (p.e. servicios de operadora)
	Transporte y comunicaciones entre diferentes localizaciones	Servicios logísticos y de transporte Servicios de comunicaciones

FUENTE: Elaboración propia.

Fuente: Revista ICE, Nro. 824

CUADRO 2

**FLUJOS INTERNACIONALES DE SERVICIOS Y COMERCIO:
UNA APROXIMACIÓN A LAS DIMENSIONES FUNDAMENTALES**

Dimensión	Elementos	Comercio internacional relacionado
Productos y localización de oferentes y clientes	Producción a distancia Coproducción local con empresas internacionales Provisión de servicios en el extranjero Consumo en el extranjero Niveles de calidad internacionales	Comercio transfronterizo (modo 1) Comercio no transfronterizo Individuos extranjeros (modo 4) Consumo en el extranjero (modo 2) Transferencia de estándares*
Factores tangibles	Trabajadores Capital TIC	Individuos extranjeros (modo 4) Inversión directa extranjera (modo 3) (*)
Factores intangibles	Conocimiento y experiencia Transferencia de innovaciones Marcas y reputación	(*) (*) (*)
Organizaciones	Redes Multinacionales Franquicias	Comercio en redes Comercio intraempresarial Comercio en cadena
Competencia	Estructura competitiva	(*)
Regulación	Regulación sobre servicios Integración comercial	(*) Supresión de barreras

NOTA: * Estos factores no tienen necesariamente un impacto inmediato en las empresas de comercio internacional. Sin embargo, representan una transferencia real de flujos de servicios y fuerzan a las compañías a adoptar diferentes estrategias frente a los retos de la globalización
FUENTE: Elaboración propia.

Fuente: Revista ICE, Nro. 824

PRINCIPIOS BÁSICOS DEL GATS (Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios)

El AGCS establece un conjunto de normas y disciplinas que rigen la aplicación de medidas comerciales en materia de servicios por los países miembros de la OMC. Esas medidas constituyen leyes, reglamentos, disposiciones administrativas y decisiones que afectan a la compra, el pago o el uso de un servicio o a la presencia de proveedores de servicios extranjeros. Las disciplinas del AGCS se extienden a todos los niveles de la administración pública, incluyendo los órganos no gubernamentales que cumplen funciones delegadas.

Los pilares del AGCS son: a) una serie de obligaciones generales muchas de ellas aplicadas directa y automáticamente a todos los miembros de la OMC y a todos los servicios; b) compromisos específicos fruto de las negociaciones, cuyo alcance está limitado a los sectores y a las transacciones en que cada miembro ha asumido obligaciones de acceso; y c) varios anexos referidos a sectores determinados o a cuestiones relacionadas con el comercio, como el movimiento de personas físicas.

No discriminación

1) Tratamiento de la nación más favorecida

El GATS, en su artículo II, define este principio como la obligación que tienen los países miembros de la WTO de otorgar de forma inmediata e incondicional a los servicios y a los proveedores de servicios de cualquier otro país miembro

un trato no menos favorable que el que concedan a los servicios similares y a los proveedores de servicios similares de cualquier otro país.

Este acuerdo admite excepciones de carácter temporal que serán examinadas por el Consejo de Servicios según lo estipula el anexo respectivo, y el Sistema Generalizado de Preferencias de países no desarrollados. Tampoco este principio impide el desarrollo de procesos de integración económica regionales (uniones aduaneras y zonas de libre comercio) mediante los cuales los participantes se concedan ventajas o preferencias respecto a otros países no participantes.

Grey (pg. 17) define este principio como una política u objetivo o disposición de un tratado que establece que no habrá diferencia en el tratamiento otorgado por un país a las empresas, los nacionales y los bienes de otro país con respecto al tratamiento otorgado por ese país a las empresas, los nacionales y los bienes de un tercer país.

En el ya citado informe de la CEPAL se comentan los siguientes aspectos:

“Con arreglo a este principio, no sólo se requiere que el tratamiento recibido por uno de los socios comerciales participante en el acuerdo no sea menos favorable que el otorgado a cualquier otro miembro, sino también que cualquier ventaja que deje de otorgarse a un miembro deje de otorgarse a todos los demás. Mientras el acceso de los extranjeros esté prohibido, no se plantea la cuestión de la NMF. Si se permite el ingreso, la aplicación de la NMF significaría igual oportunidad de acceso para los nacionales de todos los demás países miembros.”

“La aplicación de la NMF es relativamente fácil y visible para aquellos servicios respecto de los cuales no es necesaria la proximidad física de proveedores y receptores y las barreras al comercio se asemejan a los aranceles o a otras medidas que pueden convertirse en gravámenes de tipo arancelario. Los mismos gravámenes de tipo arancelario se aplicarían a todas las partes del acuerdo, y la reducción de los gravámenes impuestos a las importaciones de cualquier fuente sería concedida a todas las demás partes, otorguen o no a cambio concesión alguna. Por otra parte, en los casos en que se restringe el ingreso a una industria por acuerdos de licencia, por ejemplo, la NMF entraña igualdad de oportunidades a todos los proveedores extranjeros al momento de expedir las licencias, Cuando es necesaria la presencia local – es decir, cuando el proveedor necesita tener mano de obra o capital (financiero o físico) en el país anfitrión- y se necesitan visados, permisos de trabajo y cumplimiento de disposiciones relativas a la inversión extranjera, la NMF entraña que debe darse tratamiento igual a la mano de obra y al capital de todas las partes en el acuerdo en lo que se refiere al ingreso, y, en el caso de la mano de obra, en relación con la preparación profesional y afín. Lo anterior no significa que deban tratarse en forma igual los diversos tipos de mano de obra, sino solo que la nacionalidad no debe constituir un criterio de diferenciación. Tampoco significa que si se exige un título profesional para ejercer en el país anfitrión, se deben considerar en igual forma los títulos profesionales obtenidos en todos los países; el criterio se refiere a la calidad de la formación profesional, no al país en el que se obtiene.”

2) Tratamiento nacional

De acuerdo con el artículo XVII, cada país miembro deberá otorgar a los servicios y a los proveedores de servicios de cualquier otro país miembro, con respecto a todas las medidas que afecten el suministro del servicio, un trato no menos favorable que el que dispense a sus propios servicios similares o proveedores de servicios similares.

Por su parte, Grey define este principio como la regla que establece que, aparte las exenciones especificadas o en relación con medidas o formas de reglamentación particulares, se deberá tratar el producto importado, la empresa establecida controlada externamente y el empresario o ciudadano extranjero que desarrolla una actividad comercial dentro del territorio sometido a jurisdicción nacional, en la misma forma que el producto nacional, la empresa controlada nacionalmente y los ciudadanos del país.

El artículo III del GATT dispone que los bienes extranjeros, después de haber cumplido las formalidades aduaneras y pagados los derechos que les sean aplicables, no sean tratados en forma menos favorable, desde el punto de vista de las medidas tributarias y equivalentes, que las empresas nacionales. El GATT autoriza o legitima ciertas formas de discriminación de los productos extranjeros, ya sea mediante un arancel de importación, si bien en algunos casos se aplican restricciones cuantitativas de las importaciones. El tratamiento nacional implica que una vez que se haya impuesto la forma de discriminación aplicable a un producto, no habrá nuevas discriminaciones con arreglo a las fuentes nacionales.

Entre las medidas que condicionan el tratamiento nacional a la inversión extranjera directa, podemos mencionar:

1. Límites al alcance de las actividades comerciales, en función del tipo de actividades, la ubicación geográfica, o la expansión de las actividades comerciales, y acceso al financiamiento local.
2. Exigencias de ejecución, que pueden asumir la forma de requisitos en materia de contenido local, exportaciones, transferencia de tecnología, ventas nacionales, de balance de pagos, de empleo, de personal y de capacitación, etc.
3. Incentivos a las inversiones (moratorias fiscales, depreciación acelerada, etc.) que suelen estar vinculados a las exigencias de ejecución a fin de orientar las inversiones hacia ciertos sectores.
4. Normas relativas a las transferencias financieras externas (controles cambiarios sobre las transacciones en cuenta corriente, controles y restricciones a las transferencias relacionadas con la inversión extranjera directa, movimientos de capital que no correspondan a inversión extranjera directa, etc.).
5. Medidas tributarias (impuestos generales directos e indirectos, tratamiento de la inversión extranjera directa, medidas para eliminar o reducir la doble tributación, etc.).

En cuanto a las limitaciones al desplazamiento de la mano de obra, podemos mencionar:

1. Restricciones sobre las condiciones de vida y los derechos civiles.

2. Restricciones sobre los derechos de los familiares a cargo.
3. Restricciones sobre las remesas al exterior efectuadas por los trabajadores extranjeros.
4. Tributación de los proveedores extranjeros.
5. Discriminación de los trabajadores extranjeros en el lugar de trabajo.
6. Restricciones sobre los subsidios y las adquisiciones del gobierno local.

En cuanto al desplazamiento de consumidores o compradores hacia el país productor, los principales instrumentos que condicionan el tratamiento nacional son:

1. Límites sobre las divisas disponibles para el viajero (país de origen).
2. Impuestos sobre los viajes (país de origen).
3. Disposiciones relativas a los seguros médicos transfronterizos (país de origen).
4. Normas relativas al reconocimiento de la calidad de la educación y de los diplomas obtenidos en el exterior (país de origen y país de destino).
5. Restricciones sobre la propiedad de la tierra (país de destino).
6. Restricciones sobre la libertad de movimiento (país de destino).
7. Discriminación de precios (país de destino).
8. Medidas relativas al empleo remunerado (país de destino).

Transparencia

En su artículo III, el GATS establece esta regla, que consiste en la obligación que cada país miembro tiene de:

1. Publicar con prontitud todas las medidas pertinentes a la aplicación del acuerdo.
2. Informar con prontitud, como mínimo anualmente, al Consejo de Comercio de Servicios sobre las nuevas leyes, reglamentaciones y directrices administrativas relativas al comercio de servicios.
3. Responder con prontitud las peticiones de información específicas formuladas por los demás países miembros acerca de cualesquiera de las medidas tomadas.
4. Informar al Consejo de Comercio de Servicios toda medida que afecte el cumplimiento del acuerdo.

En cuanto al concepto de “transparencia”, Grey explicita su significado diciendo que “la elaboración de las leyes, incluida la reglamentación, las normas y la totalidad de la legislación subordinada, y asimismo los arreglos especiales detallados para beneficiar a una empresa o una categoría de empresas, deben ser un proceso público”. Transparencia implica comunicar y/o publicar las normas que afecten el comercio de servicios.

Liberalización progresiva

El espíritu del acuerdo es fomentar el intercambio comercial a través de la eliminación progresiva de las barreras arancelarias y no arancelarias. Obviamente que esto no es posible de manera inmediata, por lo que se estipula un compromiso de avanzar progresivamente en la liberalización del comercio

internacional de servicios. A este respecto, el ya citado informe de la CEPAL explica las razones por las cuales el acuerdo prevé la liberalización progresiva: "...las estructuras y capacidades de los servicios varían ampliamente entre países...habría diferencias entre los países en cuanto a su capacidad para liberalizar sus mercados de servicios. Con esto se reconoce que un acuerdo internacional de servicios debería respetar los objetivos de política contenidos en las leyes y reglamentos nacionales aplicables a los servicios. Sobre la base de este principio, todos los miembros deben comprometerse decididamente a alcanzar el objetivo de liberalización y someterse a procedimientos de examen regular que estimulen el avance sostenido hacia esa meta. Para lograrlo, es necesario que la liberalización, una vez lograda, sea irreversible (statu quo), y que las restricciones restantes se examinen con la intención de llegar a su eliminación gradual (desmantelamiento). Por consiguiente, todos los miembros deben suscribir reglas del juego comunes y someterse a vigilancia internacional sobre la forma en que cumplen sus obligaciones."

La circunstancia de que las principales barreras al comercio de servicios sean las no arancelarias, dificulta su identificación y la cuantificación de sus efectos. Esto es un problema a la hora de entablar negociaciones entre los países.

El texto del GATS, en su artículo XIX, dice que los países miembros se comprometen a iniciar un proceso de negociaciones con el objetivo de eliminar los efectos desfavorables de las barreras de acceso a los mercados, basado en la reciprocidad (la concesión recíproca de ventajas mutuas). Este proceso se realizará respetando las políticas nacionales y el grado de desarrollo de cada país en general y en cada sector en particular.

Acceso a los mercados

Artículo XVI: "...cada Miembro otorgará a los servicios y a los proveedores de servicios de los demás Miembros un trato no menos favorable que el previsto de conformidad con los términos, limitaciones y condiciones convenidos y especificados en su Lista."

Para cada lista de compromisos, un país no podrá, salvo que así lo haya estipulado en dicha lista, adoptar medidas restrictivas de acceso a los mercados tales como:

1. Limitaciones al número de proveedores de servicios.
2. Limitaciones al valor total de activos o transacciones de servicios.
3. Limitaciones al número total de operaciones de servicios o a la cuantía total de la producción de servicios.
4. Limitaciones al número total de personas físicas que pueden emplearse.
5. Medidas que restrinjan o prescriban la naturaleza jurídica que deban adoptar los proveedores de servicios.
6. Limitaciones a la participación de capital extranjero.

El GATS también estipula otros principios como:

1. Participación creciente de los países en desarrollo (artículo IV): Busca apoyar a este grupo de países en cuanto: a) al fortalecimiento de su capacidad, eficiencia y competitividad, mediante el acceso a tecnología; b) mejorar su acceso a canales de distribución y redes de información; c) la liberalización del acceso a los mercados en sectores y modos de suministro de interés para sus exportaciones.
2. Integración económica (artículo V): El GATS no será obstáculo para la concreción de otros acuerdos de integración económica, siempre que estos impliquen la eliminación de medidas discriminatorias existentes y la prohibición de crear nuevas o aumentar la discriminación entre las partes; también se incluyen los acuerdos de integración de los mercados de trabajo, por medio de los cuales las partes eliminen recíprocamente requisitos de residencia y trabajo.
3. Artículo VIII: El compromiso de los gobiernos de asegurarse de que, cuando existan monopolios que actúen por sí mismos o por intermedio de empresas vinculadas en otros mercados, aquéllos no abusen de su posición monopolística para actuar de manera incompatible con los compromisos asumidos en el acuerdo.
4. Artículo XIII: Deja afuera del acuerdo a la contratación pública en cuanto a los principios básicos de trato de la nación más favorecida, acceso a los mercados, y trato nacional.
5. El artículo X preveé la aplicación de medidas de salvaguardia para casos de excepción y urgentes, y por tiempo limitado. El artículo XII preveé la posibilidad de adoptar restricciones a los pagos y transferencias internacionales respecto a compromisos específicos asumidos cuando existan presiones sobre la balanza de pagos que así lo requieran. Dichas medidas no podrán ser discriminatorias, ni excesivas; serán temporales y se eliminarán de modo progresivo.
6. El artículo XV reconoce el efecto distorsivo que generan los subsidios y estipula la realización de futuras negociaciones para evitar tales efectos; así también, los países que se vean afectados tendrán el derecho de aplicar medidas compensatorias.

BIBLIOGRAFÍA DEL CAPÍTULO I:

La Medición del Comercio de Servicios – OMC (Organización Mundial de Comercio) – Módulo de formación, Diciembre 2009

Texto del Acuerdo General de Comercio de Servicios

Documento elaborado por la Unidad de Comercio Internacional de la División de Comercio Internacional, Transporte y Financiamiento, para ser presentado en la Segunda Reunión del Grupo de Trabajo de Servicios del ALCA, a desarrollarse en Santiago de Chile en Diciembre de 1996.

MECIS – Manual de Estadísticas de Comercio Internacional de Servicios – OMC (Organización Mundial de Comercio) - 2002

Presentación “Measuring Trade in Services”, módulo de capacitación – OMC (Organización Mundial de Comercio)

J.N. Bhagwati – “International Trade in Services and its Relevante for Economic Development”, The Emerging Economy – Oxford University Press

Rodney de C. Grey – Concepts of Trade Diplomacy and Trade in Services – Thames Essay, No. 56, Trade Policy Research Centre, Londres, 1989

Relaciones entre globalización y servicios: Ventajas competitivas de los servicios europeos y españoles en el comercio internacional, Luis Rubalcaba Bermejo – David Gago Saldaña – Andrés Maroto Sánchez, Publicación de la Revista ICE, Julio-Agosto 2005, Nro. 824

**CAPÍTULO II:
ASPECTOS ECONÓMICOS
DEL COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS**

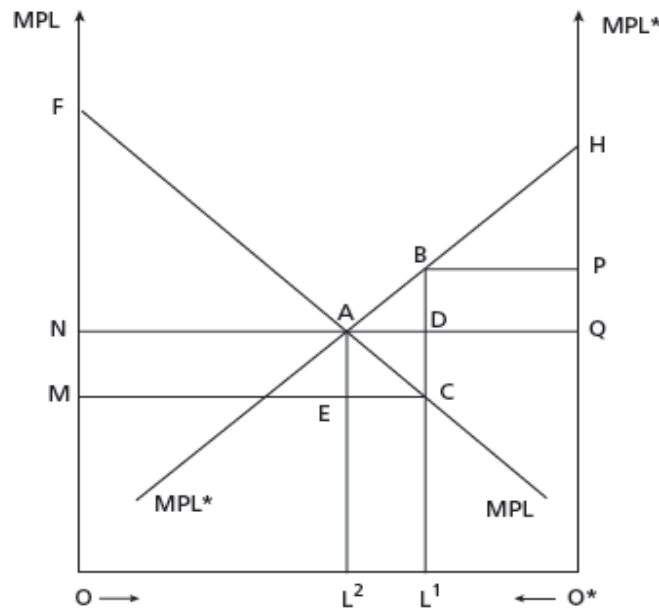
Razones para el comercio de servicios

El comercio es impulsado por las diferencias entre países en cuanto a tecnología, recursos naturales, capital, trabajo, las cuales conllevan a diferencias de precio que motivan el comercio. Aquellos factores que son abundantes tendrán un precio menor, por lo cual dicho país contará con una ventaja comparativa y podrá exportar servicios que empleen dicho factor. Por ejemplo: los call centres indios que atienden clientes americanos o británicos emplean mano de obra abundante y relativamente barata. Los países que han desarrollado tecnología y knowhow y cuentan con trabajadores calificados podrán exportar servicios a aquellos que no cuenten con este desarrollo. Por ejemplo: las firmas de ingenieros y/o arquitectos que asesoran en proyectos de construcción en China, o los deportistas (futbolistas, basquetbolistas, o entrenadores) que son contratados por equipos del exterior.

El comercio genera un doble beneficio para productores y consumidores. Para los primeros, la posibilidad de acceder a mayores mercados y mejores precios, alcanzando los beneficios de las economías de escala, que no lograrían si solamente se enfocaran en el mercado doméstico. Para los consumidores, el acceso a una mayor variedad de servicios a un precio menor que el que existiría si la oferta de los mismos proviniera únicamente de proveedores locales. Ejemplo de esto ha sido el proceso de liberalización de los servicios de telefonía celular en nuestro país.

Ejemplo tomado de Matoo:

Efectos del comercio de servicio sobre el bienestar



Gráfica extraída de “A handbook of internacional Trade in Services”, pg. 90

Se supone que existen dos países: “casa” y “exterior”, y dos tipos de factores de producción: capital y abogados, que combinados producen servicios de asesoría legal. Se supone la movilidad de los abogados pero no del capital (aunque los resultados serían los mismos).

El eje horizontal (de las abscisas) mide la dotación de abogados en ambos países: desde 0 hacia la derecha mide la cantidad de abogados en “casa”, y de 0* hacia la izquierda mide la cantidad de abogados en el “exterior”.

Se supone inicialmente que 0L1 es la cantidad de abogados en “casa” y 0*L1 es la cantidad de abogados en el “exterior”. Las rectas MPL y MPL* representan el producto marginal de los abogados en cada país, el cual es decreciente con el aumento de la dotación de abogados (suponiendo el resto de factores constantes).

Si los honorarios de los abogados se establecen al nivel de su producto marginal, los abogados en “casa” cobrarían L1C, y en el “exterior” L1B. Por lo tanto, el área debajo de los puntos MCL1 representa el producto total de “casa” y el área L1BP representa el producto total del “exterior” (la suma del ingreso de cada abogado por su producto marginal).

Con esta dotación inicial de abogados, los abogados en casa perciben ingresos menores que los del exterior. Si los abogados locales pudieran suministrar sus servicios legales en el exterior (suponiendo que están habilitados y capacitados para hacerlo), podrían incrementar sus ingresos y, a su vez, sería conveniente para los consumidores del exterior pues podrían acceder a precios más bajos.

Este flujo se detendría en el punto A, de corte de ambas rectas de producto marginal de ambos países. La cantidad de abogados L1L2 se trasladó desde casa al exterior, generando un nivel de honorarios igualado en ambos países de A.

El siguiente cuadro resume los principales efectos:

Table 3.1.A Welfare Economics A: Lawyers that Move Counted in GDP of Abroad

	Capital (home)	Lawyers staying at home	Output (home)	Capital (abroad)	Lawyers: old and new (abroad)	Output (abroad)	World output
Before trade	FCM	OMEL ²	FOL ¹ C	HBP	BPO*L ¹	HO*L ¹ B	
After trade	FAN	ANOL ²	FOL ² A	HAQ	AQO*L ²	HO*L ² A	
Change	-ACMN	+AEMN	-ACL¹L²	+PBAQ	+AD L¹L² -BPQD	+ABL¹L²	+ABD +ADC

Table 3.1.B Welfare Economics B: Lawyers that Move Counted in GDP of Home

	Capital (home)	Home lawyers	Output (home)	Capital (abroad)	Lawyers: old (abroad)	Output (abroad)	World output
Before trade	FCM	CMOL ¹	FOL ¹ C	HBP	BPO*L ¹	HO*L ¹ B	
After trade	FAN	ADL ¹ L ² +ANOL ²	ADL ¹ L ² +FOL ² A	HAQ	DQO*L ¹	HO*L ² A-ADL ¹ L ²	
Change	-ACMN	+MNDC	+ADC	+PBAQ	-BPQD	+ABD	+ABD +ADC

Cuadro extraído de “A handbook of Internacional Trade in Services”, pg. 91

Conclusiones resultantes de la situación final:

A) Relativas a la distribución del ingreso internacional

1. El ingreso mundial final se incrementa, siendo gráficamente el área ONQO* , la cual es mayor que [OMCL1 (casa) + L1BPO* (exterior)] equivalente al ingreso mundial inicial. El incremento del ingreso mundial equivale a [(ABD) + (ADC)], independientemente de en qué país se incluya el producto de los abogados que emigraron.
2. Si la migración fuera permanente y, por lo tanto, el producto de los abogados que emigraron se incluyera en el GDP (PIB) del exterior y no en el doméstico, el producto de casa disminuiría en ACL1L2; en cambio, si fuera incluido en el producto de casa, éste aumentaría en ADC. El ingreso de los abogados migrantes se incrementa en ADCE.

B) Relativas a la distribución del ingreso nacional

1. Se observa una redistribución del ingreso en la economía doméstica entre los factores trabajo y capital. El ingreso de los abogados que no emigraron (OL2) se incrementó en AEMN. Su producto marginal aumenta: la dotación de capital permanece constante para una cantidad menor de abogados. En cambio, el capital pierde la suma ACMN debido al descenso de su producto marginal.
2. Del mismo modo, en el exterior, los abogados originarios (O*L1) pierden ingresos por la suma de BPQD, y el capital se beneficia por el aumento en la oferta de abogados en la suma PBAQ.

3. En resumen, el nivel de los honorarios cae en el exterior y aumenta en la economía doméstica. No obstante, a nivel agregado, el ingreso de ambos países se incrementa. En este proceso de liberalización existen ganadores y perdedores: en teoría, aquellos factores muy conectados a industrias competidoras de los servicios importados serían los mayores perdedores, en tanto que los factores más ligados a industrias exportadoras de servicios serían los mayores beneficiados.

La importación de servicios a un precio inferior al que costaría producirlos localmente beneficia: a) los consumidores finales de los mismos, b) aquellas industrias cuyos productos se comercializan en el mercado local y para las cuales dichos servicios son un insumo, c) aquellas industrias exportadoras que utilizan dichos servicios como insumo.

Modos de suministro de los servicios en el comercio internacional

El modo de suministro elegido dependerá, entre otros aspectos, de la naturaleza del servicio en cuestión. Por ejemplo, si pensamos en servicios turísticos resulta indispensable que el turista extranjero se traslade al país

donde recibirá dichos servicios hoteleros, gastronómicos, etc (Modo 2). En cambio, una firma internacional de auditores podría brindar sus servicios a clientes de diferentes partes del mundo: a) estableciendo filiales permanentes (inversión directa) en los países extranjeros (Modo 3); b) a través de diferentes tecnologías de las comunicaciones (Modo 1); c) trasladando a sus asesores temporalmente hasta el país del cliente (Modo 4); d) recibiendo a los clientes extranjeros en su propio país de residencia (Modo 2).

A su vez, en cada país existen numerosos factores, como demográficos, económicos, geográficos, legales, políticos, entre otros, que pueden favorecer o no a un modo de suministro por sobre otro.

Las reglas que afectan los diferentes modos de suministro son críticas para determinar: a) qué servicios serán comercializados; y b) la distribución de las ganancias del comercio internacional entre los países.

Modos de suministro sustitutos

Veamos un ejemplo relativo a los servicios médicos. Un paciente que necesita una intervención quirúrgica tiene dos opciones:

- a) Si en su país de residencia no existieran la tecnología ni el conocimiento requeridos para tratar su dolencia, podría trasladarse a un centro hospitalario del exterior para recibir la atención que necesita (Modo 2);
- b) Por el contrario, si la tecnología requerida estuviera disponible en su país de residencia, o si la gravedad de su enfermedad no le permitiera viajar, un equipo de cirujanos extranjeros podrían trasladarse temporalmente para practicar la intervención (Modo 4).

Hoy día, con los avances de la tecnología, hasta es posible practicar ciertas intervenciones quirúrgicas operando los instrumentos a distancia o brindando indicaciones a otro médico, lo cual calificaría en el Modo 1.

Un mismo servicio podría ser suministrado de múltiples formas.

¿Qué efectos tiene la sustituibilidad de los modos de suministro?

En el ejemplo anterior, los modos son sustitutos, aunque no perfectos, ya que cada uno tiene diferentes implicaciones en cuanto a costos, riesgos, tiempos y resultados, tanto para quien lo suministra como para el consumidor.

Sería dable esperar que las compañías seleccionarán la mezcla de modalidades de suministro de sus servicios que les resulte más eficiente. La presencia de restricciones al acceso a los mercados o barreras arancelarias o no arancelarias implicaría mayores costos para las empresas. Dichas barreras podrían estar presentes en un modo pero no en otro, influyendo en la selección de los mismos. Por ejemplo: la exigencia de cumplir con determinadas inscripciones o certificaciones para que los médicos del exterior ejerzan en el medio local podría inclinar la decisión del paciente a trasladarse por razones de tiempo o costos; la normativa de un país puede requerir a una firma del exterior (como la firma de auditores antes mencionada) a contar con un establecimiento permanente para poder operar en el país, impidiendo que ésta brinde sus servicios por otro medio.

En segundo lugar, los diferentes modos tendrán un efecto diferente en la distribución del ingreso.

Supongamos que la normativa de un país requiere a las firmas extranjeras el establecimiento permanente y que los movimientos de personal extranjero están restringidos. La firma extranjera deberá realizar una inversión para operar en el mercado local y deberá contratar un porcentaje mínimo de trabajadores locales. En estas condiciones, la inversión extranjera directa reforzaría la demanda de trabajo en el mercado doméstico, impulsando al alza los salarios, y esto iniciaría un efecto multiplicador en el resto de la economía. En términos gráficos, la curva de demanda del mercado de trabajo se desplaza hacia la derecha, intersectando a la de oferta en un salario de equilibrio superior al de la situación anterior. Este tipo de políticas le permiten a los países receptores de la inversión extranjeras captar una porción mayor de los beneficios derivados del comercio internacional.

Supongamos ahora la situación opuesta: no se le exige a la firma extranjera establecerse localmente, los movimientos temporarios de personal extranjero están permitidos, y existen las condiciones técnicas para brindar el servicio desde el exterior. En esta situación, los efectos dinamizadores sobre el empleo y su contagio al resto de la economía estarán ausentes o suavizados.

A modo de conclusión, haremos referencia a los estudios de Markusen y Venables (2000), citados por Copeland y Mattoo en su libro. La elección entre el modo 3 (inversión extranjera directa) o exportar directamente los servicios (los modos 1, 2 y 4, comercio transfronterizo, traslado de los clientes, movimiento temporal de personal, respectivamente), afectan los beneficios de la aglomeración del capital. ***Si la exportación directa es el único medio permitido, éste tiende a favorecer a los países más grandes al aprovechar las ventajas de la aglomeración. Por el contrario, si el comercio directo es restringido, y los gobiernos requieren el establecimiento permanente***

como condición para suministrar los servicios en el mercado local, entonces el país más pequeño es favorecido, porque tal política estimularía la inversión extranjera directa, la cual incrementaría la demanda de trabajo, transfiriendo algunos de los beneficios de la aglomeración desde los países grandes hacia los más pequeños.

Modos de suministro complementarios

Supongamos que una firma extranjera decide establecerse en un país. Su eficiencia podría mejorarse concentrando ciertas operaciones homogéneas o líneas de producción en determinadas filiales. Esto generaría flujos de servicios intra-compañía entre filiales situadas en diferentes países. Por ejemplo: decide establecer departamentos comerciales y operativas a nivel local, pero el departamento contable y el de atención al cliente concentrarlo regionalmente. Además, personal calificado podría realizar tareas en diferentes filiales. La eficiencia del servicio se verá afectada por cualquier restricción que afecte el mix de modos de suministro elegido.

En estos casos en que existe una complementariedad entre los modos de suministro, es necesaria la liberalización de cada uno de los modos involucrados de forma que no afecte la eficiencia de la empresa.

También existe complementariedad entre el comercio de bienes y servicios. La liberalización del comercio de bienes requiere de múltiples servicios, tales como transporte, seguros, etc.

Efectos económicos de los instrumentos de protección

Tarifas

El análisis de los efectos de las tarifas se fundamenta en los siguientes supuestos:

- a) Competencia perfecta;
- b) Economía pequeña, tomadora de precios, la cual no puede afectar el precio mundial variando las cantidades ofertadas y demandadas;
- c) El ingreso nacional se compone por el beneficio de los consumidores, las ganancias de los productores y los impuestos percibidos por el gobierno.

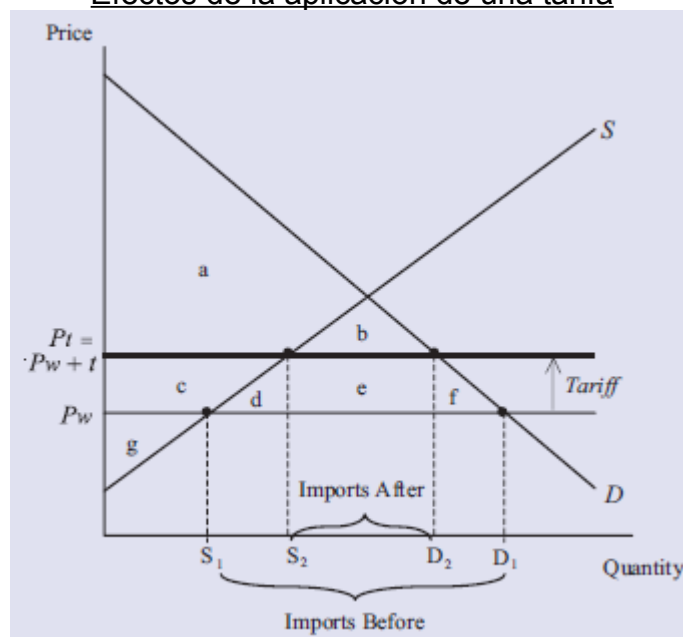
Situación inicial:

En la siguiente figura observamos las curvas de oferta y demanda agregadas en competencia perfecta. Para el precio mundial (p_w), que está dado, la oferta de los productos locales es S_1 y la demanda de los consumidores locales es D_1 . La brecha entre D_1 y S_1 es completada por las importaciones, cuya cantidad es $D_1 - S_1$.

Aplicación de una tarifa a los servicios importados:

Se supone que el gobierno decide gravar con una tarifa los servicios procedentes del exterior. Entonces, el precio doméstico (p_t) asciende a $p_w + t$. Las nuevas cantidades ofertadas y demandadas localmente son S_2 y D_2 , respectivamente, aumentando la primera y cayendo la segunda. También caen las importaciones, que pasan a ser $D_2 - S_2$. Los beneficios de los productores locales se incrementan, pasando a ser las áreas $g + c$. Los beneficios de los consumidores caen, siendo representados por las áreas $a + b$. El gobierno recauda la tarifa, percibiendo los ingresos representados por el área e .

Efectos de la aplicación de una tarifa



Extraído de "World Trade Report 2009", pg. 60

Situación final y conclusiones:

La tarifa ejerce un efecto redistributivo al interior de la economía: los productores locales ganan al vender a un precio más alto, el gobierno obtiene los recursos provenientes del cobro de la tarifa sobre las importaciones, pero los consumidores pierden, pues pagan un precio más alto, lo cual contrae la demanda total.

En términos gráficos, las ganancias de los productores y el gobierno se representan en las áreas c y e , respectivamente, en tanto que las pérdidas de

los consumidores y de la sociedad en su conjunto se observan en las áreas $(c + d + e + f)$ y $(d + f)$, respectivamente.

La pérdida social es una medida de las ineficiencias resultantes de la contracción del comercio internacional, a su vez ocasionada por la introducción de la tarifa.

¿Por qué decimos que hay un efecto redistributivo y una pérdida social? Observemos que la pérdida de los consumidores $(c + d + e + f)$ fue absorbida en parte por los productores (área c) y el gobierno (área e), en tanto que otra parte (áreas $d + f$) la pierde la economía en su conjunto.

Las distorsiones introducidas por la tarifa pueden analizarse desde el lado de la oferta de servicios como de su demanda. El área d representa la distorsión introducida en la producción. La curva de oferta representa el costo marginal de producción; por lo tanto, el productor seguirá produciendo una unidad adicional en la medida que su costo marginal sea inferior al precio, es decir hasta que su costo marginal se iguale al precio. La tarifa hace subir el precio, generando incentivos en los productores locales para aumentar su oferta, pero no basados en una mejora de productividad.

Por otra parte, el área f representa la distorsión introducida en la demanda. La curva de demanda representa el beneficio marginal para los consumidores. La cantidad demandada estará dada por el precio al que ingreso marginal y precio se igualen. Consecuentemente, al aumentar el precio, disminuye la cantidad demandada.

Cuotas o cupos

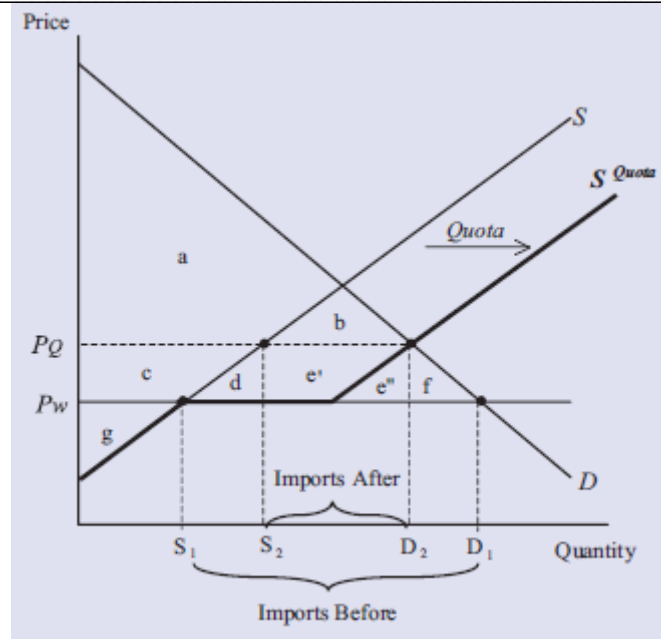
Los supuestos y situación inicial del siguiente análisis serán los mismos utilizados para las tarifas.

Aplicación de una cuota a los servicios importados

En esta situación, parte de la demanda total será cubierta por las importaciones y la demanda residual será abastecida por los productores locales. Como éstos son más ineficientes que los productores del exterior (su costo marginal es mayor que el precio internacional p_w), el precio doméstico sube a p_q , ocasionando, a su vez, la contracción de la demanda.

La curva de oferta se desplaza hacia la derecha en la cantidad equivalente a la cuota siempre que el precio esté por encima del precio mundial. La curva de oferta por debajo del precio mundial permanece incambiada, debido que a esos niveles de demanda no es rentable importar para los licenciarios de las importaciones.

Efectos de la aplicación de una cuota



Extraído de “World Trade Report 2009”, pg. 60

Situación final y conclusiones

La cuota y la tarifa tienen efectos similares: el precio aumenta, la demanda se contrae, los beneficios de los productores aumentan en la misma cantidad, y las pérdidas de los consumidores también crecen en la misma cantidad.

La diferencia entre ambos instrumentos radica en que en el caso de la cuota el gobierno no percibe ningún ingreso, como sí ocurría en el caso de la tarifa. Las áreas e' y e'' , equivalentes al área e del gráfico representativo de los efectos de la tarifa, representan las rentas de la cuota, que serán apropiadas por los licenciatarios de las importaciones. El efecto redistributivo del ingreso cambia respecto a la tarifa: en vez de ser el gobierno el que capta parte de los beneficios perdidos por los consumidores, son los licenciatarios quienes se apropian de los mismos. Estas rentas son generadas debido a que el precio local es superior al mundial. Si el proceso de distribución de las licencias es eficiente, el gobierno podría recaudar ingresos equivalentes a los resultantes de las tarifas; sin embargo, esto no es lo habitual: los procesos de licitación son ineficientes y los beneficios de las cuotas terminan en las manos de los titulares de los derechos de importación.

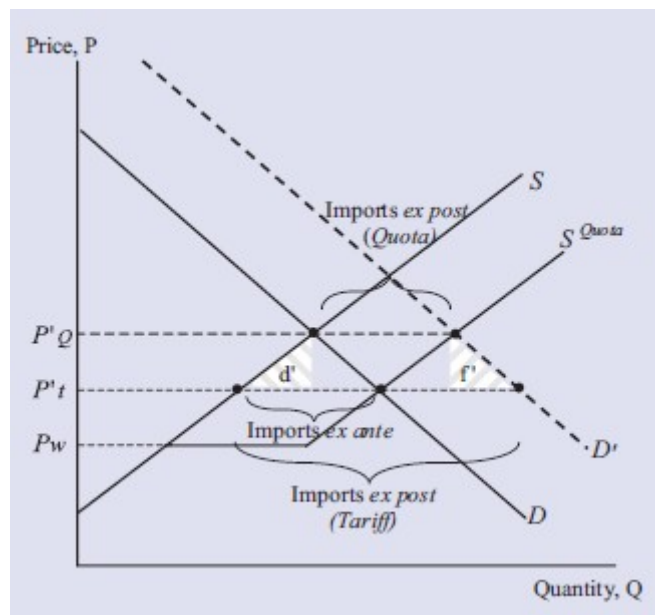
La existencia de estas rentas derivadas de las cuotas genera un incentivo para quienes están interesados en obtenerlas para canalizar parte de esos beneficios hacia actividades improductivas en aras de su obtención, e inclusive, la corrupción.

En particular para los servicios, debido a que usualmente son suministrados por un proveedor del exterior directamente al consumidor final, salvo que el gobierno haya realizado un proceso eficiente de licitación, las rentas derivadas

de la diferencia entre el precio local y el precio internacional, serán acumuladas por aquél, acrecentando la pérdida social.

En conclusión, esta discreción en poder del gobierno en la asignación de las licencias es menos transparente que las tarifas y puede conducir a mayores ineficiencias y pérdida social, por lo cual la teoría considera a estas últimas como un mejor medio de protección, menos distorsivo para la economía.

Comparación gráfica de los efectos de una tarifa y una cuota



Extraído de "World Trade Report 2009", pg. 61

El gráfico anterior muestra la diferencia entre los efectos causados por las tarifas y las cuotas.

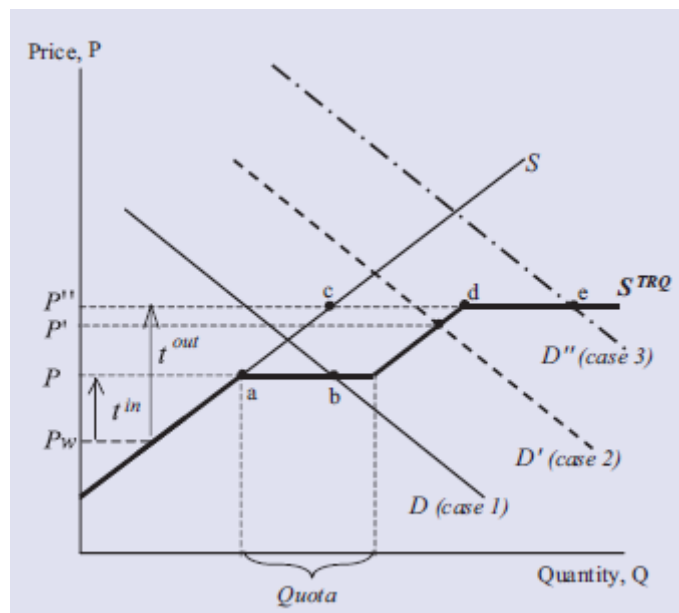
Supongamos que la demanda del servicio X se expande, desplazando la curva de demanda hacia arriba y a la derecha (D'). Si el instrumento utilizado fuera una tarifa, el exceso de demanda sería satisfecho por un incremento de las importaciones al precio internacional pw. En cambio, si el instrumento aplicado

fuera una cuota, el exceso de demanda tendría que ser satisfecho con la provisión local, lo cual conduciría a un incremento del precio al nivel p^q .

Aplicación simultánea de ambos instrumentos (TRQs – Tariff-rate quotas)

En ciertos casos, los gobiernos aplican una combinación de ambos instrumentos: tarifas y cuotas. Este sistema consiste en aplicar una tarifa preferencial a los servicios importados dentro de la cuota, y una tarifa normal a los importados adicionalmente por encima de la cuota establecida.

Aplicación combinada de tarifas y cuotas



Extraído de “World Trade Report 2009”, pg. 61

La gráfica anterior ilustra los tres casos posibles y sus implicaciones:

Caso 1:

La curva de demanda intercepta a la de oferta en el primer tramo horizontal de la curva de oferta. La cuota es parcialmente utilizada y, por lo tanto, a dichas importaciones se les aplica la tarifa preferencial t_{in} . El precio doméstico se

conforma por el precio internacional más la tarifa preferencial $p = p_w + t_{in}$. La cantidad importada será igual al segmento b a.

Caso 2:

En esta situación, la cuota de importación a una tarifa preferencial ha sido completada. La curva de demanda D' intercepta a la de oferta en el tramo creciente. Esta demanda adicional es satisfecha por proveedores locales, ya que la tarifa no preferencial para la importación por encima de la cuota es lo suficientemente alta para disuadir las importaciones y fomentar la producción local. Es rentable para los proveedores locales brindar el servicio. El precio doméstico es p' , superior al precio de los servicios importados bajo el régimen de cuota ($p_w + t_{in}$), pero inferior al de los que se importarían a una tarifa no preferencial ($p_w + t_{out}$).

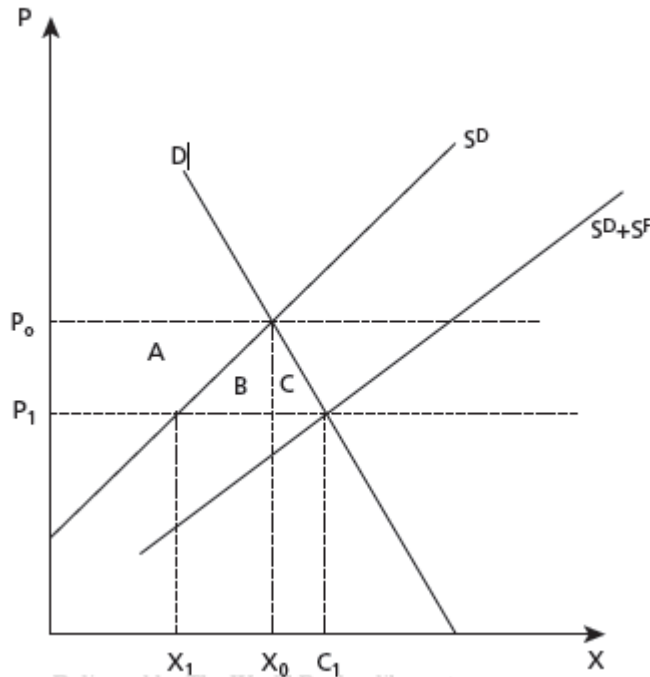
Caso 3:

En este caso, la demanda es lo suficientemente elevada para que sea rentable inclusive importar servicios a la tarifa no preferencial. La curva de demanda corta la de oferta en el segundo tramo horizontal. El precio para estas unidades adicionales importadas es $p'' = p_w + t_{out}$. El volumen adicional de importaciones a la tarifa no preferencial está dado por el segmento d e. El total de importaciones equivales al segmento c e.

Impacto de la inversión extranjera directa en los mercados

El establecimiento de presencia comercial (Modo 3) puede ser necesario por razones operativas o requeridos por la normativa del país importador. En ambos casos, los efectos de la inversión extranjera directa (FDI – Foreign Direct Investment) son sumamente beneficiosos para el país receptor. El siguiente gráfico ilustra lo anterior.

Efectos de la inversión extranjera directa en mercados competitivos



Extraído de "A handbook of international Trade in Services", pg. 110

En ausencia de inversión extranjera, la curva de oferta está conformada por la oferta local S_d . La curva D representa la demanda del servicio. El precio P_0 es el precio de equilibrio, y la cantidad transada es X_0 .

Con la introducción de la inversión extranjera, la oferta total se verá incrementada por la oferta proveniente de las empresas extranjeras que se establecen en el país ($S = S_d + S_f$). La curva de oferta se desplaza hacia abajo y a la derecha, intersectando a la de demanda en el precio P_1 menor que P_0 . La cantidad de servicios transados aumenta a C_1 .

Los efectos macroeconómicos son los siguientes:

1. El excedente de los consumidores se incrementa, dicho aumento se representa por la suma de las áreas $(A + B + C)$.
2. El excedente de los productores cae, representado en el área A .
3. Existe una ganancia social neta equivalente a las áreas $(B + C)$.

En conclusión, la inversión extranjera directa incrementa la competencia, bajando los precios y aumentando las opciones de los consumidores. Por el contrario, crear restricciones a la misma conduciría a una pérdida social equivalentes a las áreas $(B + C)$.

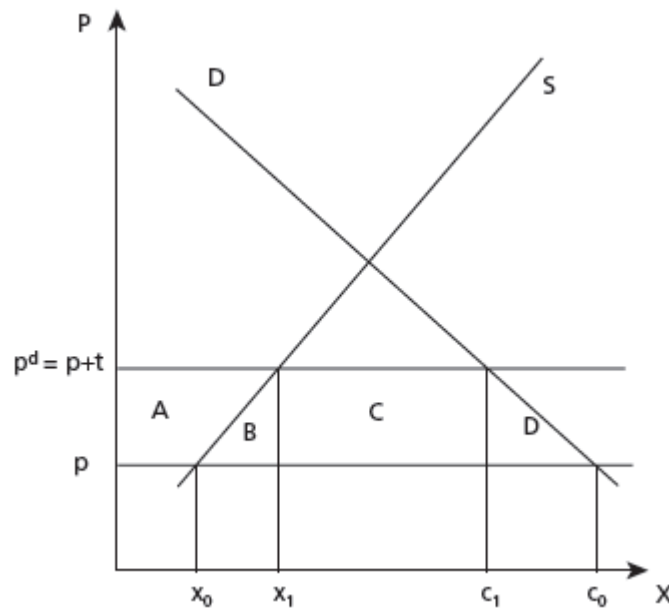
Entre otros beneficios potenciales podríamos mencionar:

- El acceso de empresas locales a tecnología y financiamiento (a través de joint ventures, por ejemplo).
- El acceso a pools de riesgo para empresas de seguros y financieras.

- Los trabajadores locales podrían lograr experiencia y adquirir conocimientos al ser empleados en las firmas extranjeras.

El efecto de los subsidios

Otra medida para incentivar la producción doméstica son los subsidios. Este instrumento consiste en otorgar un beneficio económico por cada unidad producida.



Extraído de “A handbook of internacional Trade in Services”, pg. 106

Efectos de un subsidio en una economía pequeña.

Situación inicial:

La producción local equivale a x_0 , siendo $(c_0 - x_0)$ la provisión de servicios importados.

Aplicación del subsidio:

El gobierno se coloca el objetivo de incrementar la producción doméstica del servicio a x_1 . Para ello, decide otorgar un subsidio a los productores locales

equivalente a $s = t$ (tarifa). El gobierno decide aplicar un subsidio por unidad producida equivalente a una tarifa por unidad exportada. El ingreso percibido por los productores será igual al precio internacional P_w más el subsidio s . La producción local se incrementa a x_1 , al igual que el caso de las tarifas. El precio al que los consumidores adquieren el servicio sigue siendo P_w , por lo cual la cantidad demanda se mantiene incambiada en c_0 . Las importaciones del servicio caen, siendo ahora $(c_0 - x_1) < (c_0 - x_0)$.

Conclusiones:

A diferencia de las tarifas y las cuotas, los subsidios no distorsionan la cantidad demandada del servicio subsidiado. Los efectos de esta herramienta de política comercial se representan gráficamente de esta manera:

1. Aumento en el excedente de los productores: área A
2. Pérdida en el excedente de los consumidores: no hay
3. Costo de financiación de los subsidios: (A + B)
4. Pérdida social neta: área B

Hay un efecto de sustitución de importaciones por producción local basada en el incentivo generado por el subsidio.

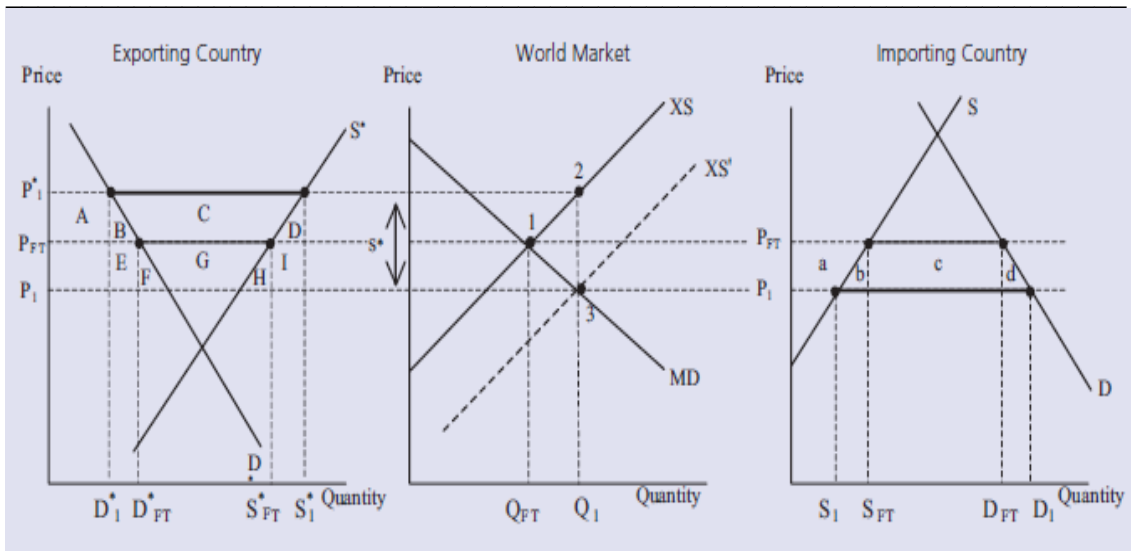
Los subsidios generan distorsiones en la producción equivalentes al área B, pero no en el consumo que se mantiene incambiado. Por lo tanto, este instrumento es menos ineficiente en términos sociales que una tarifa o una cuota.

Sin embargo, por otra parte, los subsidios tienen que ser financiados por un incremento de impuestos, que, a su vez, generan un impacto distorsivo en el resto de la economía. Dicho efecto tendrá que ser medido y sopesado con los efectos positivos del subsidio. Entre otra de las desventajas de este instrumento, podemos señalar también que plantean problemas de transparencia, generando oportunidades de corrupción.

Efectos de un subsidio en una economía grande

Cuando un subsidio es aplicado por una economía pequeña, el mismo no tiene efectos sobre el mercado mundial; pero, cuando es aplicado por un país grande o un gran exportador, sí puede tener efectos en el mercado mundial.

Efectos de un subsidio aplicado por un país grande



Extraído de “World Trade Report 2009”, pg. 85

Situación inicial:

El gráfico anterior representa los flujos comerciales entre dos países. Todas las variables de exportación del país exportador se denotan con un asterisco. Entonces, S^* y D^* representan las curvas de oferta y demanda domésticas, respectivamente, del país exportador, generando la curva XS de oferta de exportación. La curva MD representa la demanda de importación en el mercado internacional. En el país importador, S y D representan las curvas de oferta y demanda, respectivamente, del servicio importado.

Bajo el supuesto de libre comercio, el precio mundial P_{FT} está dado por la intersección de las curvas XS y MD , precio al cual los consumidores del país importador acceden al servicio importado.

Aplicación del subsidio en el país exportador:

Se supone que el gobierno del país exportador aplica un subsidio a las exportaciones –una cantidad fija por unidad exportada-, s^* . La curva de oferta mundial XS se desplaza hacia abajo y a la derecha, por la cantidad equivalente al subsidio, reflejando los menores costos marginales de las exportaciones, aumentando la cantidad ofertada a cada nivel de precios. El precio mundial cae de P_{FT} a P_1 , conllevando a un aumento de la demanda en el país importador de D_{FT} a D_1 .

En cambio, en el país exportador el subsidio genera un incremento del precio de P_{FT} a P^*_1 , creando una brecha entre el precio local P^*_1 y el precio mundial P_1 equivalente al subsidio s . El precio P^*_1 es igual a P_1 más s . Como resultado de esto, los consumidores del país exportador reducen su consumo de D^*_{FT} a D^*_1 , y los exportadores aumentan sus exportaciones a precios más altos como se aprecia en el movimiento del punto 1 al punto 2 sobre la curva XS . El comercio mundial se incrementa de Q_{FT} a Q_1 .

Conclusiones:

El efecto neto del subsidio sobre el país importador es positivo. Además, a pesar de que el precio mundial baja generando una caída de la producción de las empresas locales proveedoras de los servicios importados, representada gráficamente por el área a, ésta es más que compensada por el incremento en el beneficio de los consumidores equivalente a las áreas a, b, c y d.

En el país exportador el efecto es negativo. La pérdida de los consumidores equivale a las áreas A y B. La ganancia de los productores equivale a las áreas A, B y C. La financiación del subsidio por parte del gobierno es representada por las áreas B, C, D, E, F, G, H, I. La pérdida social neta es de (B (pérdida de los consumidores) + D (pérdida asociada a los productores) +E+ F+ G + H + I (pérdida en términos de intercambio).

Los subsidios a las exportaciones crean un incentivo para exportar mayores cantidades, aunque esto provoque una caída del precio mundial, reduciendo la oferta destinada al mercado local vía aumento de precios. Resulta más conveniente exportar que seguir vendiendo en el mercado local al precio P_f . El precio local equivalente al ingreso marginal de las unidades exportadas es P^* . El subsidio ocasiona una caída menos que proporcional en el precio mundial, y un aumento también menos que proporcional en el precio local.

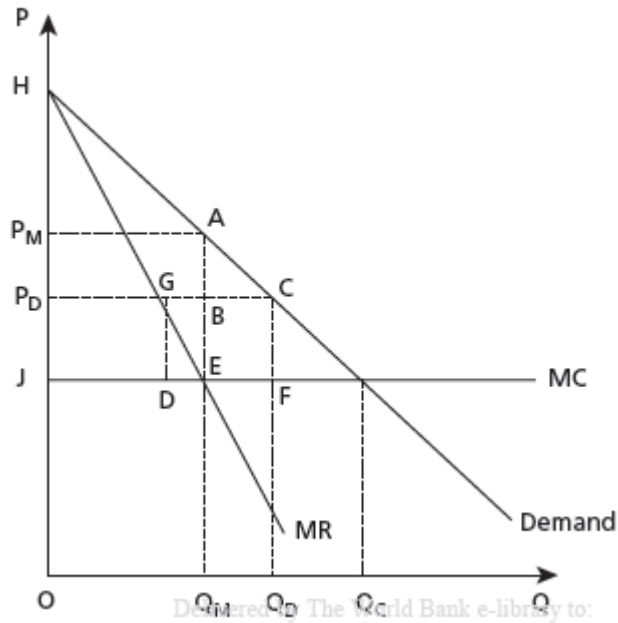
A nivel mundial, hay una pérdida equivalente a la suma de las áreas b y d más (E + F + G + H + I), la pérdida en términos de intercambio del país exportador, que no es compensada por la ganancia en términos de intercambio del país importador.

Las barreras a la inversión extranjera directa y sus efectos en el ingreso nacional

Las restricciones a la inversión extranjera directa cobran mayor importancia en los servicios cuando la modalidad 1 (servicio transfronterizo) no está disponible. Las mismas pueden consistir en restricciones de entrada al mercado o a la propiedad extranjera de las empresas.

Ejemplo:

Impacto de las restricciones en la estructura de mercado



Extraído de “A handbook of international Trade in Services”, pg. 113

Situación inicial:

Se supone que el mercado del servicio de las telecomunicaciones es un monopolio. La demanda local de los consumidores y el ingreso marginal del proveedor local son representados por las curvas D y MR, respectivamente. Los costos marginales son constantes y son representados por la curva MC. La cantidad producida es Q_m al precio P_m . El ingreso nacional equivale al área HAEJ, resultante del excedente de los consumidores –área HAPm- y del proveedor local –área PmAEJ.

Introducción de inversión extranjera directa:

Se supone que otra firma extranjera se establece en plaza, convirtiendo al mercado en un duopolio. Como supuestos simplificadores, se asume que ambas empresas poseen idéntica estructura de costos (por lo tanto, tienen la misma curva de ingreso marginal) y que no existen acuerdos de precios entre ellas.

La producción aumenta a Q_d y el precio disminuye a P_d . Como los costos marginales de ambas empresas son iguales, cada una provee a la mitad de la

demanda agregada. El ingreso nacional es representado por el área HCGDJ, equivalente a la suma del excedente de los consumidores HCPd, y del excedente de los duopolistas PdGDJ.

Conclusiones:

El ingreso de inversión extranjera directa beneficia a los consumidores, pero la o las firmas locales pierden.

El ingreso nacional puede variar tanto positiva como negativamente, dependiendo de si el área GBED (la pérdida de excedente de los productores locales con el ingreso de firmas extranjeras) fuera mayor o menor que el área ACB (el incremento del excedente de los consumidores con la inversión extranjera).

La razón principal para que ingreso nacional descienda radica en la apropiación de rentas por parte de las firmas extranjeras.

Finalmente, si existe liberalización total para el acceso de inversión extranjera, el ingreso nacional se incrementa; en cambio, si el acceso es parcial, el ingreso nacional podría aumentar o bajar.

Inversión extranjera con precios regulados

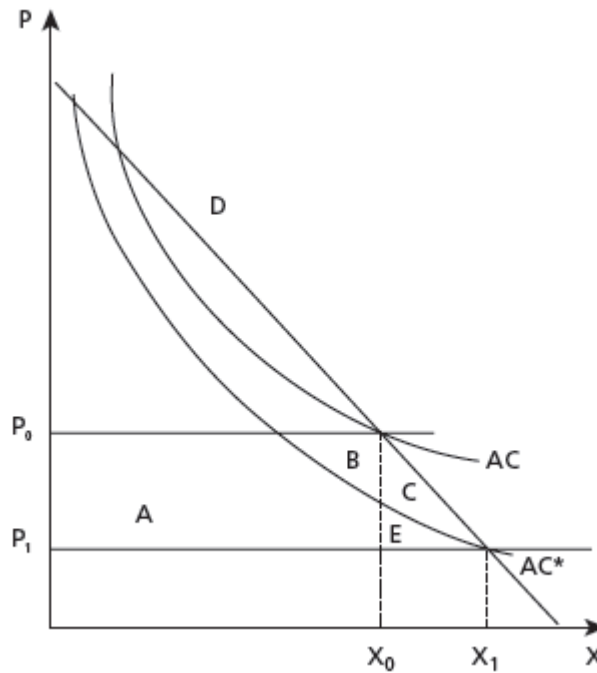
Muchos servicios como electricidad, agua y telecomunicaciones son provistos por monopolios regulados. En esta sección se analizarán los efectos de permitir la entrada de inversión extranjera en estos sectores a través de dos casos.

Caso A: regulación eficiente de precios

Se considera que el gobierno (o el ente regulador) es eficiente en su función de fijación de precios en base al costo promedio de suministro del servicio. Gráficamente, AC es la curva de costo promedio, y D es la curva de demanda local. La cantidad suministrada es X_0 y el precio es P_0 .

Se supone ahora que el gobierno aplica una política comercial que permite el ingreso de capitales extranjeros al sector. Entonces, sea la curva AC^* la curva de costo promedio de las firmas extranjeras, siendo $AC^* < AC$. Por lo tanto, con un precio regulado basado en el costo promedio, dicho precio caería a P_1 y la cantidad consumida aumentaría a X_1 . La magnitud del beneficio social resultante equivale al área A.

Inversión extranjera directa con precio basado en el costo promedio



Extraído de “A handbook of international Trade in Services”, pg. 115

Caso B: regulación ineficiente de precios

No obstante el caso anterior, en la realidad los procesos regulatorios no son perfectos. En este segundo caso, se supone que el gobierno no es capaz de determinar todos los costos promedios y, entonces, el precio cobrado será resultante del costo promedio del proveedor más un margen de beneficio \tilde{n} . Este margen puede ser resultado de asimetrías de información o corrupción.

En estas condiciones, AC representa el costo promedio de la producción doméstica, siendo el precio $P_0 = AC_0 + \tilde{n}$, y la cantidad producida X_0 . Sea $AC^* < AC$ el costo promedio de las firmas extranjeras. Entonces, el precio cobrado por las mismas será $P_1 = AC^* + \tilde{n}^*$, y la cantidad suministrada será X_1 . La ganancia de los consumidores es equivalente a $(A + B + C + E)$; sin embargo, la pérdida de rentas de los proveedores locales es igual a $(A + B + C + F + G + H)$. El resultado social neto es $E - (F + G + H)$, que es positivo en el ejemplo graficado.

La introducción de inversión extranjera a este mercado con precios regulados en base al costo promedio más un margen de beneficio, generará los mismos efectos sobre precios y cantidades que en el caso anterior, caída y aumento respectivamente, pero con diferente intensidad. A diferencia del caso anterior, el beneficio para la economía en su conjunto no es obviamente positivo debido a la apropiación de rentas provenientes del margen de beneficio que efectúan las firmas extranjeras. Hay una transferencia de rentas de manos del proveedor local a manos del proveedor del exterior que ingresó al mercado. Esta fuga de

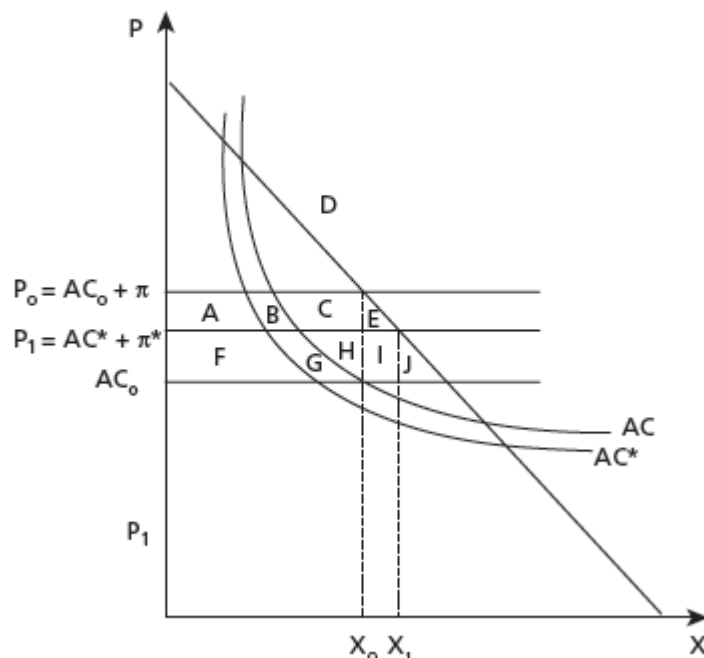
rentas podría compensar el incremento de beneficios recibido por los consumidores por la baja de precios.

La conveniencia de aplicar una política de este tipo en un mercado regulado bajo estas condiciones depende de que el costo promedio del proveedor del exterior sea lo suficientemente bajo, de modo de hacer caer el precio lo suficientemente como para que el área E sea mayor que $(F + G + H)$ y, consecuentemente se genere un beneficio social positivo. El proveedor extranjero tendría que ser mucho más eficiente que el local para que redunde en beneficio social a pesar de la transferencia de rentas.

Aún en el supuesto del párrafo anterior (de costos promedio muy bajos del proveedor extranjero), la fuga de rentas persiste. En teoría, el gobierno podría evitarla a través de un proceso eficiente de licitación pública, eliminando en principio el sistema de fijación de precios en base a un costo promedio “supuesto” más un margen, quedando implícito el costo promedio real de suministro del servicio.

Otro aspecto a ser considerado es que podría ser más difícil para el gobierno controlar a las firmas extranjeras que a las locales. Si aquéllas importan partes, know how, habilidades de gerenciamiento, o pagan derechos de licenciamiento a firmas relacionadas, entonces operaría una transferencia de costos que inflaría el costo promedio y presionaría al alza el precio final a los consumidores. Esta situación podría incrementar aún más la fuga de rentas y reducir el beneficio para la economía doméstica.

Inversión extranjera directa con precios basados en costo más margen bruto



Extraído de “A handbook of international Trade in Services”, pg. 115

Regulación de los servicios profesionales

Cada país tiene diferentes mecanismos para la certificar la calidad y seguridad de sus proveedores de servicios, tales como médicos, ingenieros, contadores, abogados, etc. Dichos controles operan en un doble sentido: a) protegen a los consumidores de los posibles daños causados por la pericia inadecuada, tratando de garantizar determinados estándares; y b) representan barreras de entrada al mercado para otros proveedores extranjeros, quienes incurrirían en mayores costos a los efectos de obtener las habilitaciones correspondientes.

Para el análisis de este tema, se considerarán dos ejemplos.

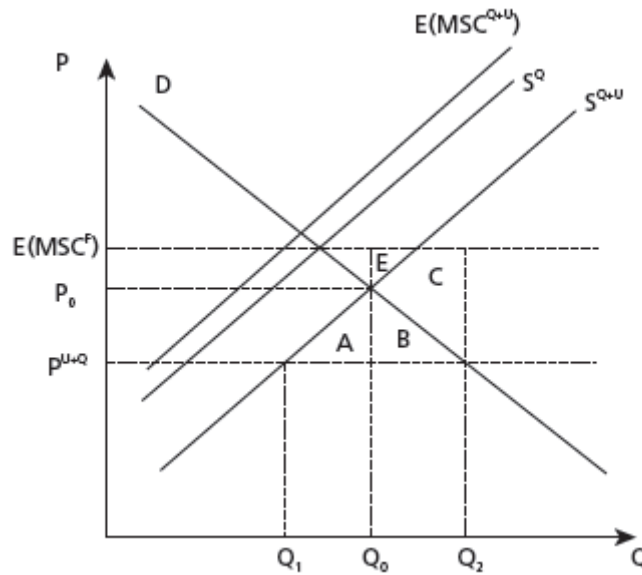
Ejemplo 1:

Situación inicial:

En este mercado, el sistema regulatorio es inadecuado, por lo cual existen proveedores de servicios calificados (Q) y no calificados (U). Los no calificados cometen errores que generan externalidades, consecuencias negativas o daños sobre los consumidores o la sociedad en general. Por ejemplo: una empresa de arquitectos o ingenieros que diseñan mal un puente u otra obra pública, un médico que diagnostica y trata inadecuadamente a un paciente, un contador que asesora fiscalmente sin los conocimientos necesarios, etc.

La demanda de servicios es representada por la curva D. La curva S_q representa la oferta de proveedores calificados locales que no generan daños externos y que tiene en cuenta los costos de capacitación. S_q+u representa la oferta total de proveedores locales, tanto calificados como no calificados. Finalmente, la curva $E(MSC_{q+u})$ mide el costo promedio esperado de proveer el servicio para un mix de proveedores calificados y no calificados.

En estas condiciones, el precio de equilibrio es P_0 y la cantidad es Q_0 .



Extraído de “A handbook of international Trade in Services”, pg. 118

Apertura a proveedores del exterior

Se supone que se permite ingresar a proveedores de servicios del exterior. Para simplificar, se asume que el mix de proveedores calificados y no calificados del exterior es el mismo que el existente en la economía local. Entonces, la curva de oferta se desplaza hacia la derecha y abajo, generando una caída del precio a P^{U+Q} y un aumento de la cantidad a Q_2 .

Conclusiones:

La producción local cae a Q_1 debido al incremento de la competencia. Los consumidores se benefician con una caída en el precio.

$A + B$ representa la ganancia neta de consumidores y productores. Sin embargo, el incremento en la producción genera mayores daños o perjuicios causados por los proveedores no calificados (locales y del exterior). Este daño externo es medido por las áreas $B + C + E$. Por lo tanto, la ganancia social neta es equivalente a $A - (E + C)$. El ingreso nacional puede aumentar o disminuir (en el ejemplo gráfico aumenta).

Si el marco regulatorio local es inadecuado, la apertura puede exacerbar los problemas existentes introduciendo más proveedores no calificados y mayores externalidades. Si, por el contrario, la apertura es acompañada por una reforma que elimine tales imperfecciones del mercado, entonces, como se verá en el siguiente ejemplo, no existen dudas de que el ingreso nacional aumentará.

Ejemplo 2:

Situación inicial:

En este caso, se considera un mercado adecuadamente regulado en el cual no existe la presencia de proveedores no calificados que generen externalidades. P_0 y Q_0 son el precio y la cantidad de equilibrio inicial, respectivamente.

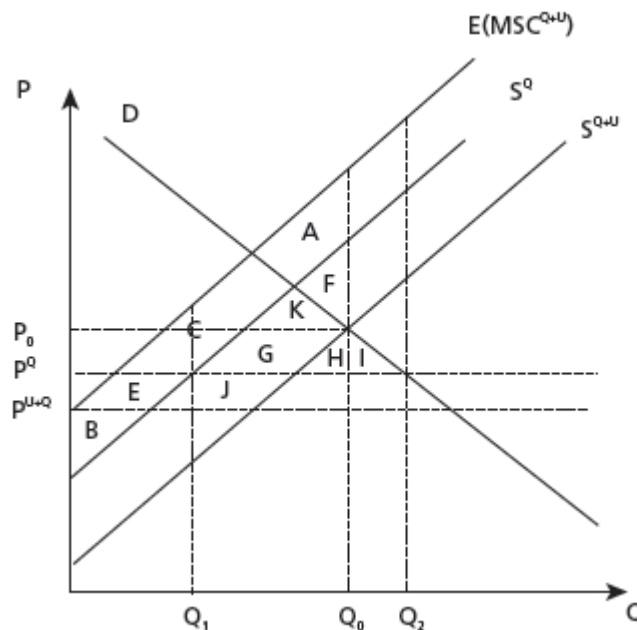
Apertura a proveedores del exterior:

Habiendo realizado la reforma del marco regulatorio, si se produce la apertura comercial, el precio cae de P_0 a P_q , y la cantidad aumenta de Q_0 a Q_2 . El consumo aumenta, pero la producción local cae a Q_1 .

Conclusiones:

Además de la ganancia de los consumidores y proveedores en su conjunto, existe una ganancia social proveniente de la eliminación de las externalidades, representada por $B + E + C + A + F + K + G + H + I$. El efecto de la apertura es indudablemente positivo.

Comercio de servicios profesionales con reforma del sistema regulatorio



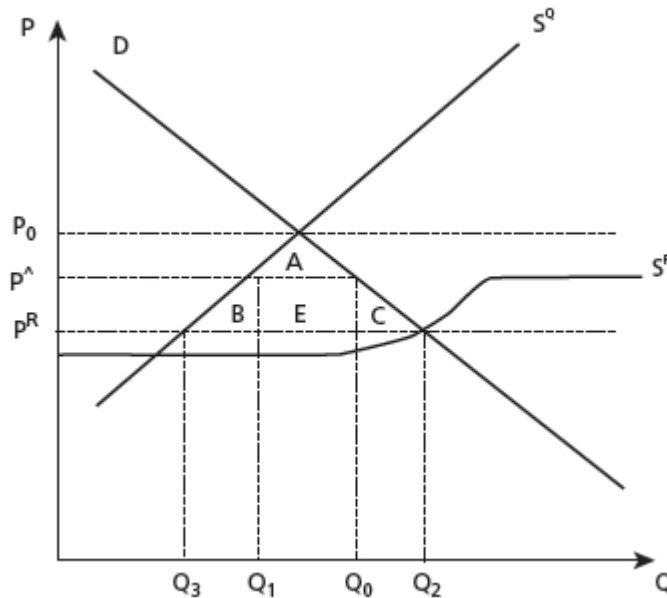
Extraído de "A handbook of internacional Trade in Services", pg. 119

Entre los mecanismos utilizados por los países para permitir que profesionales y prestadores de servicios extranjeros operen en el mercado local, se encuentra el del trato nacional, el cual consiste en darle a aquellos el mismo trato que a los nacionales. Esta fórmula puede funcionar entre países con estándares similares, pero no en el caso en que alguno de ellos posea niveles mucho más bajos, en cuyo caso este último podría reconocer a los proveedores del otro pero no viceversa.

La armonización es otro mecanismo utilizado y consiste en homogeneizar las regulaciones existentes en los países involucrados. Su ventaja consiste en que

impide que los gobiernos fijen unilateralmente normas proteccionistas. Su principal desventaja radica en que puede agregar inflexibilidades o rigideces en aras de la armonización entre países con condiciones diferentes y dinámicas.

Ejemplo 3:



Extraído de “A handbook of internacional Trade in Services”, pg. 121

Se supone que el gobierno valida eficientemente los servicios profesionales, por lo que no se generan externalidades. La curva de oferta es S^q . Bajo la regla del trato nacional, extranjeros pueden obtener la misma certificación al mismo costo que los locales. Sea P^{\wedge} el precio que los extranjeros cobrarían en estas condiciones. La apertura comercial generaría ganancias equivalentes al área A, que resulta de la caída del precio y el aumento en el consumo.

Supongamos ahora que existen tres tipos de proveedores del exterior: a) aquellos cuyas certificaciones de sus países de origen son reconocidas como válidas; b) otros que deben realizar un proceso de reentrenamiento para adaptarse al medio local; c) aquellos otros que deben atravesar todo el proceso completo de certificación. La curva de oferta S^f refleja la oferta agregada (proveedores locales y del exterior) bajo estas condiciones. El tramo horizontal de la curva corresponde a la oferta de profesionales de países que claramente cumplen con los estándares, el tramo horizontal final al nivel de P^{\wedge} corresponde a la oferta de aquellos que necesitan recibir entrenamiento total, y el tramo creciente corresponde a aquellos que necesitan un entrenamiento parcial.

Bajo este régimen, la producción es más alta y el precio más bajo. Las áreas A + B + C + E reflejan las ganancias provenientes del comercio.

Protección para preservar la variedad nacional

Hasta ahora hemos considerado que los servicios provistos por proveedores locales y del exterior son esencialmente iguales. Sin embargo, este supuesto no se verifica en numerosos casos, en particular en el área cultural: programas de televisión o radio, producciones de cine o teatro, producciones musicales, gastronomía, etc., por citar algunos a modo de ejemplo. Los gobiernos desarrollan políticas que protegen o brindan incentivos a ciertos sectores considerados de interés nacional, y las mismas son percibidas como socialmente deseables.

Este tema se analizará desde dos perspectivas.

Caso 1: existencia de externalidades.

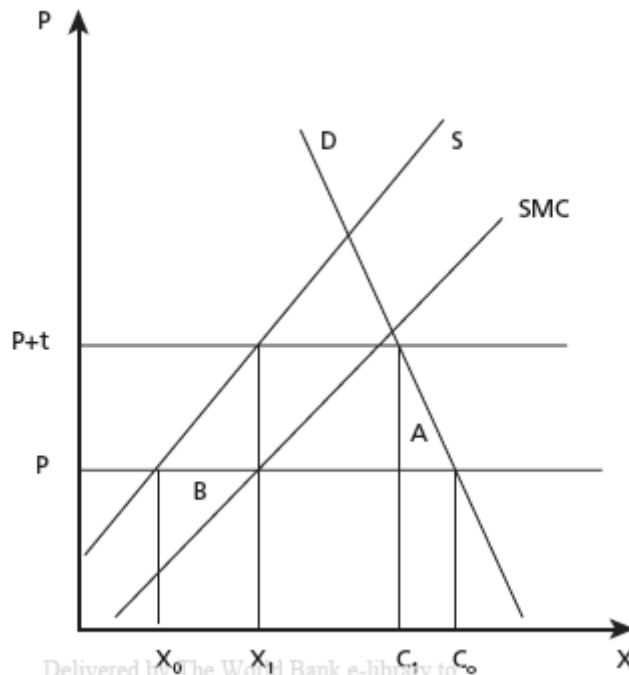
La curva D denota la demanda de programas de televisión, y la curva S denota la oferta local de los mismos. En este primer caso, se supone que el consumo de programas de televisión con producción nacional tiene un efecto dominó o de contagio positivo para la sociedad en su conjunto, enriqueciendo y mejorando el capital social. La curva SMC refleja el costo marginal de producción social, equivalente al costo privado menos los beneficios sociales antes mencionados. Obsérvese que la curva SMC se encuentra a la izquierda de la curva de oferta privada S, debido a las externalidades positivas que se deducen del costo marginal privado.

Bajo libre mercado, la producción local es X_0 , un nivel muy bajo, ya que debido a las externalidades positivas el nivel socialmente óptimo sería X_1 . ¿Por qué el nivel de la producción local es tan bajo? Porque el mercado está demandando programas de origen extranjero, los cuales no generan ningún tipo de externalidad positiva como sí los nacionales. Gravar con un impuesto a los programas extranjeros o estipular una cuota podría permitir alcanzar el nivel socialmente óptimo de producción nacional. Sin embargo, esto ocasionaría una distorsión en el consumo vía aumento de precios. El costo social de la tarifa es $A - B$. El área A representa el costo de la distorsión en el consumo. El área B representa el beneficio social del incremento de la producción nacional.Cuál será mayor dependerá del caso en particular.

Un subsidio a la producción local podría ser otra alternativa con similar efecto sobre el nivel de producción, pero sin introducir el efecto distorsivo sobre el consumo, permitiendo alcanzar el beneficio representado por el área B. Sin embargo, esta política implicaría un trato no igualitario que podría ser violatorio de acuerdos comerciales y debe encontrarse la forma de ser financiada.

En conclusión, la existencia de externalidades positivas justifica la aplicación de políticas comerciales que protejan la producción nacional en aras de asegurar una variedad de servicios que, en libre mercado, no se alcanzaría.

Beneficio social proveniente de la producción doméstica



Extraído de "A handbook of international Trade in Services", pg. 122

Caso 2: no existencia de externalidades (basado en Snape, 1977)

La curva AC representa el costo promedio de proveer el servicio local de televisión. Los costos fijos dan forma a la curva decreciente e inclinada del costo marginal. MC denota el costo marginal. Se supone que inicialmente hay barreras que reducen el número de servicios que son sustitutos de los servicios domésticos en el mercado local. Con este nivel de protección, la demanda de servicios nacionales es D_0 , por encima del costo promedio, por lo cual la producción nacional es viable.

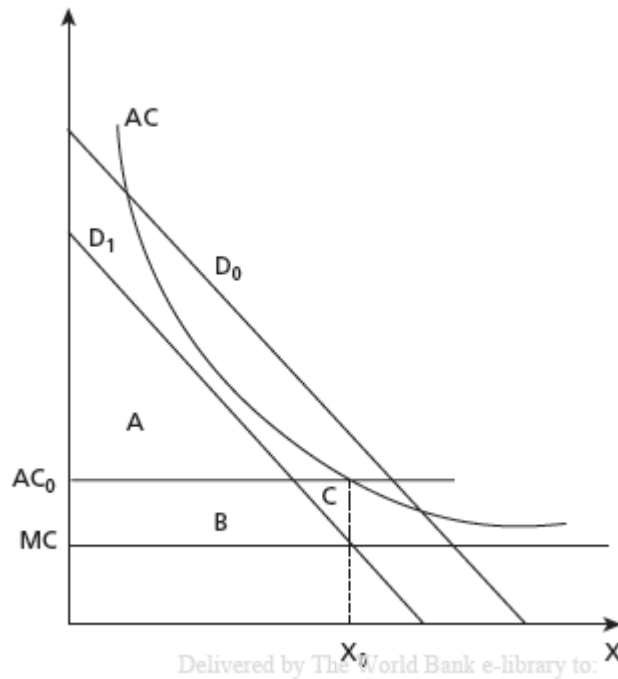
En cambio, si se eliminaran las medidas que dan un trato preferencial a las producciones de contenido nacional respecto a las extranjeras, nuevas empresas entrarían al mercado. Como los servicios extranjeros son sustitutos imperfectos de los servicios locales, la curva de demanda de servicios nacionales se desplaza hacia abajo, siendo D_1 . D_1 está por debajo del costo promedio, obligando al cierre de las empresas nacionales por no ser viable su producción. En este caso, la entrada de firmas extranjeras expulsa del mercado a las locales, que no pueden afrontar la desaparición de sus preferencias (vía tarifas, cuotas o subsidios) y, consecuentemente, la reducción de la demanda doméstica.

Snape plantea el siguiente caso hipotético: si fuera posible seguir proveyendo el servicio de contenido nacional, aún en libre mercado (sin tratamiento preferencial), en la cantidad X_0 al precio $P = MC$ (precio igual al costo marginal), la apertura comercial sería beneficiosa para el conjunto de la sociedad. El excedente de los consumidores sería $A + B$, la pérdida de los productores nacionales equivaldría a $B + C$, por lo cual (en el ejemplo graficado) el beneficio social sería positivo. Esto implica un proceso de reestructura de los costos fijos de las empresas locales para poder competir

con los proveedores del exterior. Esto difícilmente sería alcanzable sin el apoyo de políticas gubernamentales de mediano plazo.

Para este autor, el libre mercado, existiendo costos fijos, no asegura un óptimo de variedad de servicios, siendo esta situación la que justifica la aplicación de políticas comerciales, aún sin considerar el efecto beneficioso sobre el capital social (supuesto en el caso 1). La variedad de servicios será mayor si se aplican barreras tales como tarifas, cuotas, o inclusive subsidios.

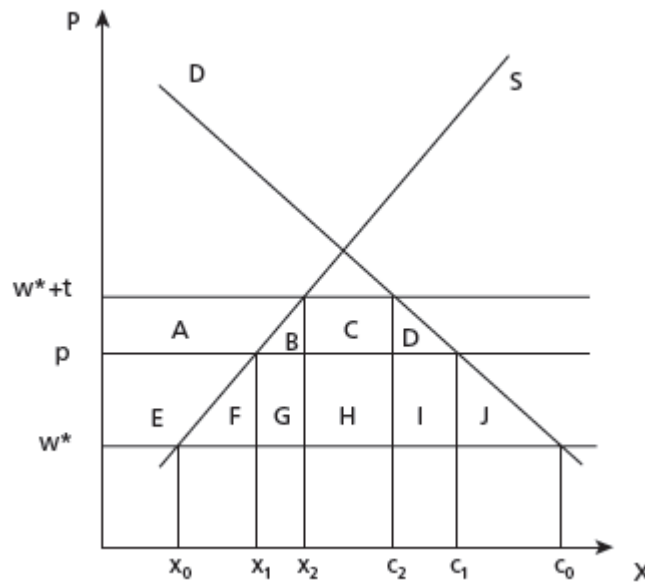
Producción doméstica amenazada por apertura comercial



Extraído de "A handbook of international Trade in Services", pg. 123

Se analizará el tema a través de la gráfica siguiente.

Sustitución entre modos de suministro de servicios



Extraído de “A handbook of international Trade in Services”, pg. 125

D y S representan las curvas de demanda y oferta domésticas del servicio X, respectivamente. Supongamos que las firmas extranjeras pueden proveer dicho servicio directamente a los consumidores a través del movimiento temporal de personal (Modo 4). El precio para los consumidores locales de este modo de suministro sería w^* por unidad. Alternativamente, el mismo servicio puede ser provisto a través del comercio transfronterizo (Modo 1) al precio p por unidad.

En libre comercio de todos los modos de suministro, el precio es w^* , la producción doméstica es X_0 , el consumo es C_0 , y la importación de servicios es $(C_0 - X_0)$.

Se supone ahora que el gobierno decide aplicar un impuesto t al movimiento temporal de personal. Inicialmente supongamos que este es el único modo de suministro disponible para el servicio en cuestión, o sea que el comercio transfronterizo no es posible para este servicio. Entonces, el precio es $w^* + t$, el consumo cae a C_2 , y la producción local aumenta a X_2 . En esta situación, los productores locales ganan, los consumidores pierden, y el costo social de la tarifa t es equivalente a $(B + F + G + D + I + J)$.

Levantemos el supuesto de que el comercio transfronterizo no es posible para este servicio. Si está disponible al precio p , la introducción del impuesto t sobre el movimiento temporal de personal hace subir el precio al nivel p (menor que $w^* + t$). El aumento del precio es menor que si no existiera el comercio transfronterizo, el consumo cae a C_1 (mayor que C_2), y la producción local aumenta a X_1 (menor que X_2). En conclusión, la disponibilidad de otras formas

de suministro del servicio ayuda a los proveedores a responder ante las barreras comerciales, impidiendo que los precios aumenten en mayor proporción y reduciendo el impacto sobre los consumidores. En el caso planteado, el comercio transfronterizo no es el medio más eficiente (lo es el traslado de personal temporal), pero, dado el gravamen impuesto, es la alternativa más eficiente no estando en libre comercio.

Se considera a continuación un análisis costo/beneficio de la tarifa en presencia de modos alternativos de suministro de servicios.

Aumento del excedente de los productores: E

Pérdida de excedente de los consumidores: E + F + G + H + I + J

Recaudación proveniente de la tarifa: ninguna

Pérdida social neta: F + G + H + I + J

En ausencia de comercio transfronterizo, la pérdida social neta hubiera sido: B + F + G + D + I + J. ¿Cuál de las dos situaciones sería más beneficiosa socialmente? Si $(B + D) > H$, el modo 1 generaría mayores beneficios; en caso contrario, si $(B + D) < H$, el modo 4 (aún gravado con la tarifa t) sería más beneficioso.

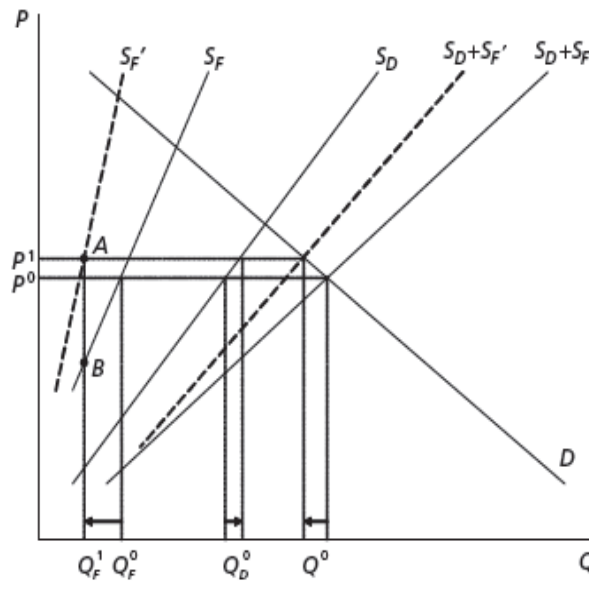
El área H representa el costo de desviar el suministro del servicio de un modo a otro. Este cambio de modalidad implica mayores costos de adquisición del servicio para la economía, que tienen que ser comparados contra el menor precio resultante de la decisión de cambio. Si el efecto de desviación del servicio hacia otro modo de suministro predomina por sobre la caída del precio, entonces dicha desviación contribuye al declive del beneficio social. Aunque el cambio de modo de suministro genera algunos beneficios, también crea costos vía efecto desviación, que deben ser tenidos en cuenta para no subestimar los efectos de una política comercial que establezca una barrera.

Análisis de las barreras al comercio de servicios

En el capítulo 5 del libro “A Handbook of International Trade in Services”, Alan Deardorff y Robert Stern presentan un marco conceptual general para el análisis económico del comercio de servicios.

Se plantean tres escenarios. Los diferentes efectos de las barreras a los servicios –y por lo tanto de la tarifa equivalente- dependerán de la competitividad de las firmas locales y extranjeras y del grado de sustituibilidad entre los servicios locales y del exterior.

Escenario 1:
Firmas locales y extranjeras son altamente competitivas
y sus servicios son sustituibles



Fuente: "A handbook of international Trade in Services", pg. 174

En este mercado se encuentran presentes tanto proveedores de servicios locales como del exterior, siendo todos altamente competitivos. Los proveedores extranjeros suministran sus servicios a través de alguno de los modos de suministro. El grado de sustituibilidad entre los servicios provistos por firmas locales y aquellos provistos por firmas extranjeras varía según el modo de suministro.

En el eje horizontal se miden las cantidades del servicio demandas u ofrecidas. Estas cantidades incluyen las compras en el exterior –acorde al GATS, modo de suministro 2-, considerado en este caso como competencia de la oferta local.

La curva de demanda es D, decreciente con el precio, es la misma para todos los oferentes del servicio. Las curvas de oferta, tanto doméstica (Sd) como del exterior (Sf), son crecientes con el precio.

En ausencia de barreras al comercio de servicios, la demanda total es la curva $S_d + S_f$, la suma de la oferta proveniente de proveedores locales y del exterior. El precio de equilibrio es p_0 y la cantidad demanda Q_0 , resultantes de la intersección de la oferta y demanda. La porción de mercado de las firmas locales es Q_d , resultante de la intersección de la curva S_d y la línea horizontal al nivel de precio de equilibrio p_0 . La porción de mercado de las firmas extranjeras es Q_f , que resulta de la intersección de la curva S_f y la horizontal al nivel de p_0 . $Q_d + Q_f = Q_0$.

Se supone ahora que el gobierno decide imponer una barrera a las firmas extranjeras. Entonces, los costos de las firmas extranjeras se incrementarían,

desplazando su curva de oferta hacia la izquierda, siendo ahora su oferta representada por la curva punteada S_f' . Del mismo modo, la oferta total se desplaza en la misma dirección, alcanzando un precio de equilibrio p_1 superior al precio anterior p_0 . Como los costos de las firmas locales no se ven afectados, su curva de oferta no cambia, siendo $S = S_d + S_f'$. El resultado de esta medida es que la cantidad total demandada disminuye de q_0 a q_0' . Sin embargo, la participación de mercado de las firmas locales aumenta, en tanto que la de las firmas extranjeras disminuye. La disminución de la oferta de las firmas extranjeras es superior al aumento de la oferta de las firmas locales. Los consumidores disminuyen su demanda y pagan un precio más alto. Las importaciones disminuyen en respuesta a la barrera.

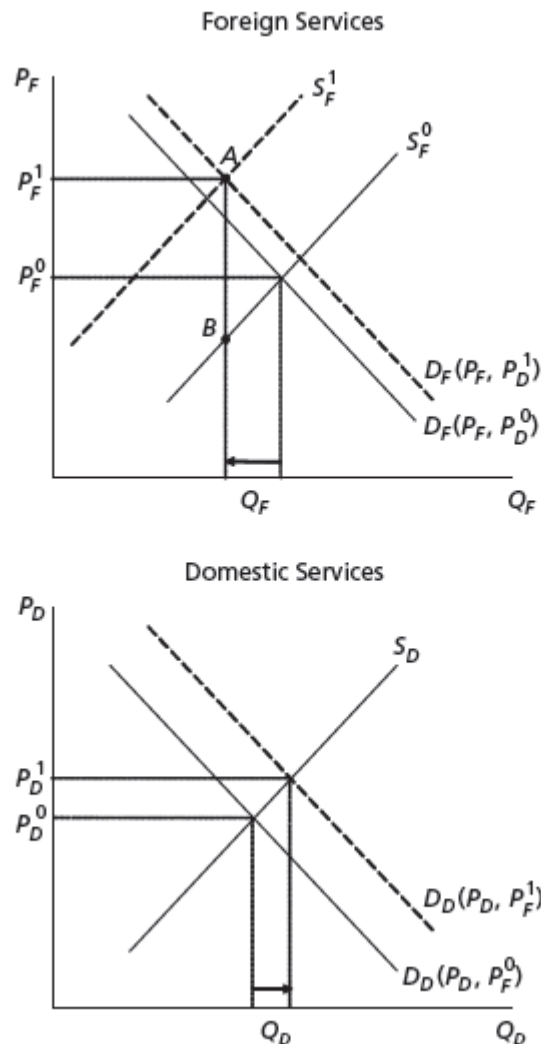
La tarifa equivalente de este tipo de barrera puede ser definida como un impuesto ad valorem sobre los servicios extranjeros. Al igual que un impuesto, una barrera que incrementa los costos de las firmas extranjeras, causará una caída en su oferta.

La tarifa equivalente de las barreras al comercio de servicios es el porcentaje por el cual el punto A se encuentra por encima del punto B.

En el caso graficado, el incremento en el precio del servicio es considerablemente menor que la tarifa equivalente de la barrera que lo causa. Por lo tanto, no es posible determinar el porcentaje de la tarifa equivalente a través de una simple comparación de precios antes y después de la aplicación de la medida.

Sin embargo, existe un caso en el cual la tarifa equivalente igualaría al cambio de precio: cuando la curva de oferta de servicios extranjeros es horizontal (por ejemplo, infinitamente elástica) en el precio P_0 , de modo que el efecto de la barrera sería un aumento de costos para las firmas extranjeras al nivel P_1 . Ambas curvas de oferta extranjera serían horizontales a los precios P_0 y P_1 . La tarifa equivalente sería la cantidad por la cual la curva se elevó al nivel de P_1 . Para la mayoría de las mediciones empíricas de tarifas equivalentes basadas en la observación de precios, este caso podría presentarse en un país pequeño que enfrenta precios internacionales de un servicio en particular.

Escenario 2:
Los servicios de las firmas locales y extranjeras
no son fácilmente sustituible y tienen distintos precios



Fuente: "A handbook of international Trade in Services", pg. 175

En este segundo escenario, los servicios provistos por firmas locales y del exterior son sustitutos imperfectos y, por lo tanto, tienen diferentes precios. Se consideran ambos mercados por separado. La demanda del servicio doméstico dependerá de su precio (a mayor precio, menor demanda) y del precio de su sustituto imperfecto, el servicio del exterior (a mayor precio, mayor demanda). Asimismo, la demanda del servicio del exterior dependerá de su precio y del precio del servicio doméstico.

En la situación inicial, se supone que no existen barreras al comercio de servicios. Los precios y las cantidades ofertadas y demandadas en ambos mercados se encuentran determinadas por las curvas de trazo continuo. El equilibrio en cada mercado se alcanza en la intersección de las curvas de oferta y demanda. La curva de demanda de cada mercado refleja las

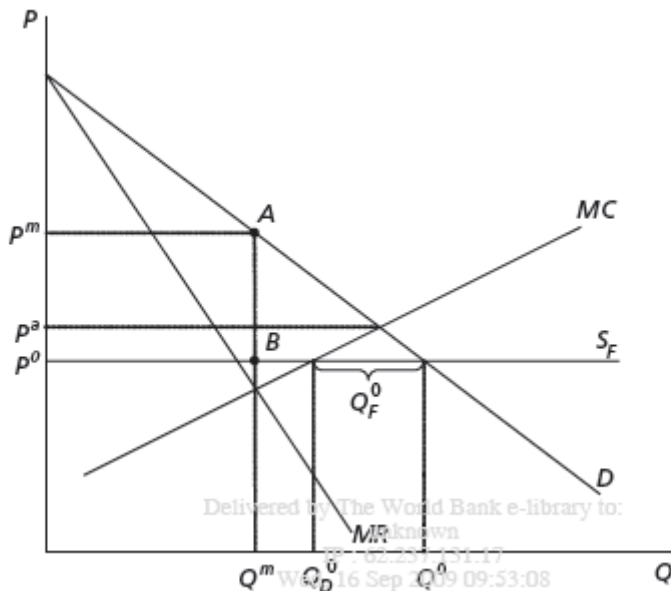
cantidades demandadas del servicio para cada nivel de precio del servicio dado el precio constante del servicio sustituto imperfecto.

La introducción de barreras al comercio de servicios, ocasionaría el desplazamiento de la curva de oferta del exterior hacia la izquierda y arriba, y de las curvas de demanda en ambos mercados hacia la derecha y arriba. El desplazamiento de la curva de oferta se produce debido al aumento de costos de las firmas extranjeras. El desplazamiento de la curva de demanda del servicio doméstico se produce debido al aumento del precio del servicio importado, y el de la curva de demanda del servicio importado se debe al incremento del precio del servicio nacional. Tanto el precio del servicio doméstico como el precio del servicio importado se incrementan. La cantidad de equilibrio del servicio doméstico aumenta, y la del servicio importado disminuye.

La tarifa equivalente de la barrera en este mercado es el porcentaje por el cual el punto A se encuentra por encima del punto B, el porcentaje por el cual la curva de oferta del exterior con barrera S_{F1} está por encima de la curva de oferta del exterior inicial S_{F0} .

Escenario 3:

Existe una firma local con poder monopólico
y el ingreso de firmas extranjeras está restringido



Fuente: "A handbook of international Trade in Services", pg. 175

Finalmente, consideremos un mercado que no se comporta de forma competitiva: existe un monopolio, o una firma líder con pocos competidores. Las barreras, en este caso, consisten en restricciones al acceso no explícitamente discriminatorias, pero cuyo efecto es favorecer al monopolio local o a las firmas locales en detrimento de las extranjeras.

Se supone inicialmente que no existen trabas al ingreso de firmas extranjeras. En esta situación, el precio del servicio es P_o y la cantidad vendida es Q_o , compuesta por la oferta doméstica Q_{od} y la oferta del exterior $Q_{of} = Q_o - Q_{od}$. La cantidad ofertada por la firma local resulta de la intersección de la recta MC , que refleja los rendimientos marginales decrecientes, con la recta S_f al nivel del precio P_o . Las firmas extranjeras cubren la brecha entre el total demandado y la oferta local.

Si se estableciera una barrera que causara un incremento en los costos de las firmas extranjeras, su curva de oferta se desplazaría hacia arriba. Si este aumento superara en nivel del precio P_a , las firmas extranjeras quedarían fuera del mercado y la totalidad de la demanda sería abastecida por el monopolio local. La cantidad de equilibrio resulta de la intersección de las rectas de MC y MR : Q_m . En caso contrario, si el aumento de costos no alcanzara a P_a , el mercado local seguiría importando el servicio pero en menor cantidad. En ambos casos, la oferta total se reduce, cambiando la composición de la misma: aumenta la porción de mercado del monopolio y disminuye la importación de servicios.

La tarifa equivalente se calcula como el cociente de la cantidad que aumentaron los costos de las firmas extranjeras entre el precio P_o . El máximo de la tarifa equivalente está dado por $P_m - P_o$, punto en el cual las importaciones no serían competitivas con los servicios locales.

Si la curva de oferta de servicios del exterior fuera creciente en vez de horizontal, el análisis y la medición de la tarifa equivalente sería más complejo. Sin embargo, podemos concluir que, como regla general, la tarifa equivalente de las barreras al comercio de servicios será la diferencia entre el precio del servicio en condiciones de monopolio y el precio del servicio en condiciones de competencia.

BIBLIOGRAFÍA DEL CAPÍTULO II:

A Handbook of International Trade in Services – Aaditya Matoo, Robert Stern, y Gianni Zanini – Oxford University Press, 2007 – Capítulos 1, 3 y 5

World Trade Report 2009, Trade Policy Commitments and Contingency Measures – WTO

Quantifying Barriers to Trade in Services, Robert M. Stern, Research Seminar in International Economics, Discussion Paper N 470, Noviembre 2000, School of Public Policy, University of Michigan

International Trade and Poverty Alleviation, Geoffrey K. Bannister y Kamau Thugge, Finance and Development Magazine, Diciembre 2001, Volumen 38, Número 4, IMF (International Monetary Fund)

CAPÍTULO III: MEDICIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS

Importancia de la medición del comercio de servicios

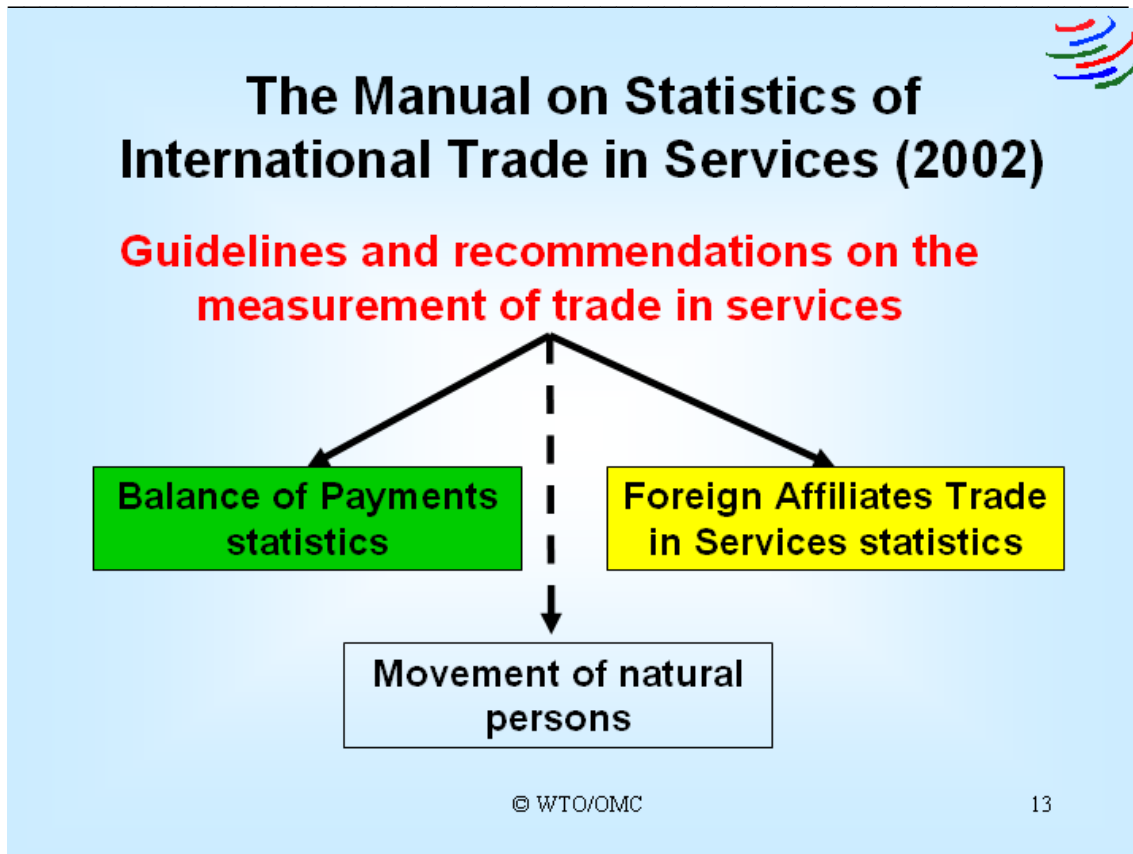
Contar con estadísticas sobre el comercio internacional de servicios, que sean confiables y elaboradas regularmente y en base a una metodología homogénea aceptada y aplicada internacionalmente, es de utilidad por las siguientes razones:

- Para elaborar políticas comerciales a nivel gubernamental y evaluar los efectos económicos de las mismas.
- Para respaldar y orientar las negociaciones comerciales de las cuales surgen compromisos y derechos adquiridos entre los países.
- Para poder establecer comparaciones entre países, regiones, servicios, modos de suministro, etc.
- Para evaluar oportunidades de acceso a los mercados.
- Para comparar los compromisos de liberalización.
- Para evaluar el grado de liberalización alcanzado en determinados sectores y mercados.
- Para respaldar reclamaciones y servir de prueba en casos de denuncias o conflictos comerciales entre países.

En fin, la adecuada medición de los servicios es un instrumento fundamental para la toma de decisiones tanto en el ámbito público como privado.

Conceptos básicos

La principal fuente de datos para la medición del comercio internacional de servicios es la Balanza de Pagos, para los modos de suministro 1, 2, 3 y 4. A su vez, la Balanza de Pagos se elabora obteniendo datos de diversas fuentes. El MECIS (Manual de Estadísticas de Comercio Internacional de Servicios) recomienda la utilización del marco estadístico del comercio de servicios filiales extranjeras para el modo 3 (FATS), así como la Balanza de Pagos y estadísticas sobre la presencia de personas físicas, con el fin de presentar las estadísticas de comercio de servicios clasificadas en los cuatro modos de suministro establecidos en el AGCS.



Balanza de Pagos: concepto y estructura

Recordemos la igualdad que refleja el equilibrio global entre oferta y demanda en economía abierta o equilibrio macroeconómico:

$$Y + M = C + I + G + X,$$

donde $Y + M$ (producto bruto interno más importaciones) es el valor de la oferta agregada y $C + I + G + X$ (consumo privado más inversión más gasto público más exportaciones) es el valor de la demanda agregada

El hecho de mantener relaciones comerciales con otros países implica que el gasto que realiza un país en un determinado período no tiene por qué ser igual al total de lo que produce. En particular, podría suceder que los habitantes de un país:

- Gasten más de lo que producen si importan más bienes y servicios de los que exportan. Esto lo pueden hacer endeudándose con el resto del mundo que les financia el exceso de gasto o gastando activos de reservas que tengan acumulados. El gasto está compuesto por el gasto privado y el público ($C+I +G$), si es mayor que la producción nacional (Y) deben aumentar las importaciones (M) o bajar las exportaciones porque: $Y = (C+I+G) + (X-M)$
- Tengan la posibilidad de destinar su ingreso a adquirir una variedad de bienes distinta a la que se produce en esa economía, dado que pueden exportar parte de los bienes y servicios que producen internamente y adquirir otros bienes y servicios distintos los cuales son importados.

En el largo plazo, sin embargo, el gasto de una economía debería ser igual a su producción, dado que los países no puede endeudarse permanentemente con el exterior en tanto llega un momento en que hay que pagar las deudas; para hacerlo, tienen que disminuir su consumo y producir más bienes y servicios de los que consumen o invierten, generando superávit comercial.

La Balanza de Pagos es un estado que resume las transacciones económicas realizadas por los residentes de un país con el resto del mundo. Una transacción es una corriente económica que supone un cambio en la propiedad de bienes o activos financieros, la prestación de servicios o el suministro de mano de obra o capital. Las transacciones internacionales de servicios se denominan en la práctica “comercio de servicios”. Estas transacciones deben registrarse, por lo general, en valores brutos, y en cada partida de servicios debe incluirse un valor de crédito y un valor de débito, que representan, respectivamente, las exportaciones e importaciones de dicho servicio.

La balanza de pagos se compone de dos cuentas principales: la cuenta corriente y la cuenta capital y financiera.

$$\mathbf{BP = BCtaCte + BK + Variación de Activos de Reservas}$$

En la **Balanza de cuenta corriente** (BCtaCte) se registran movimientos relacionados con el intercambio de bienes y servicios, renta y transferencias corrientes, mientras que en la **cuenta capital y financiera** o **Balanza de Capitales** (BK) se registran movimientos relacionados con transferencias de capital y el traspaso de propiedad de activos y pasivos financieros.

Estructura simplificada de la Balanza de Pagos

1. CUENTA CORRIENTE

A. Bienes y Servicios

a. Bienes

1. Mercancías generales
2. Bienes para transformación
3. Reparación de bienes
4. Bienes adquiridos en puerto por medios de transporte
5. Oro no monetario

b. Servicios

1. Transporte
2. Viajes
3. Servicios de comunicaciones
4. Servicios de construcción
5. servicios de seguros
6. Servicios financieros
7. Servicios de informática y de información
8. Regalías y derechos de licencia
9. Otros servicios empresariales
10. Servicios personales, culturales y recreativos
11. Servicios del gobierno

B. Renta

1. Remuneración de empleados
2. Renta de inversión

C. Transferencias Corrientes

1. Gobierno general
2. Otros sectores

2. CUENTA DE CAPITAL Y FINANCIERA

A. Cuenta de Capital

1. Transferencia de capital
2. Adquisición/enajenación de activos no financieros no producidos

B. Cuenta Financiera

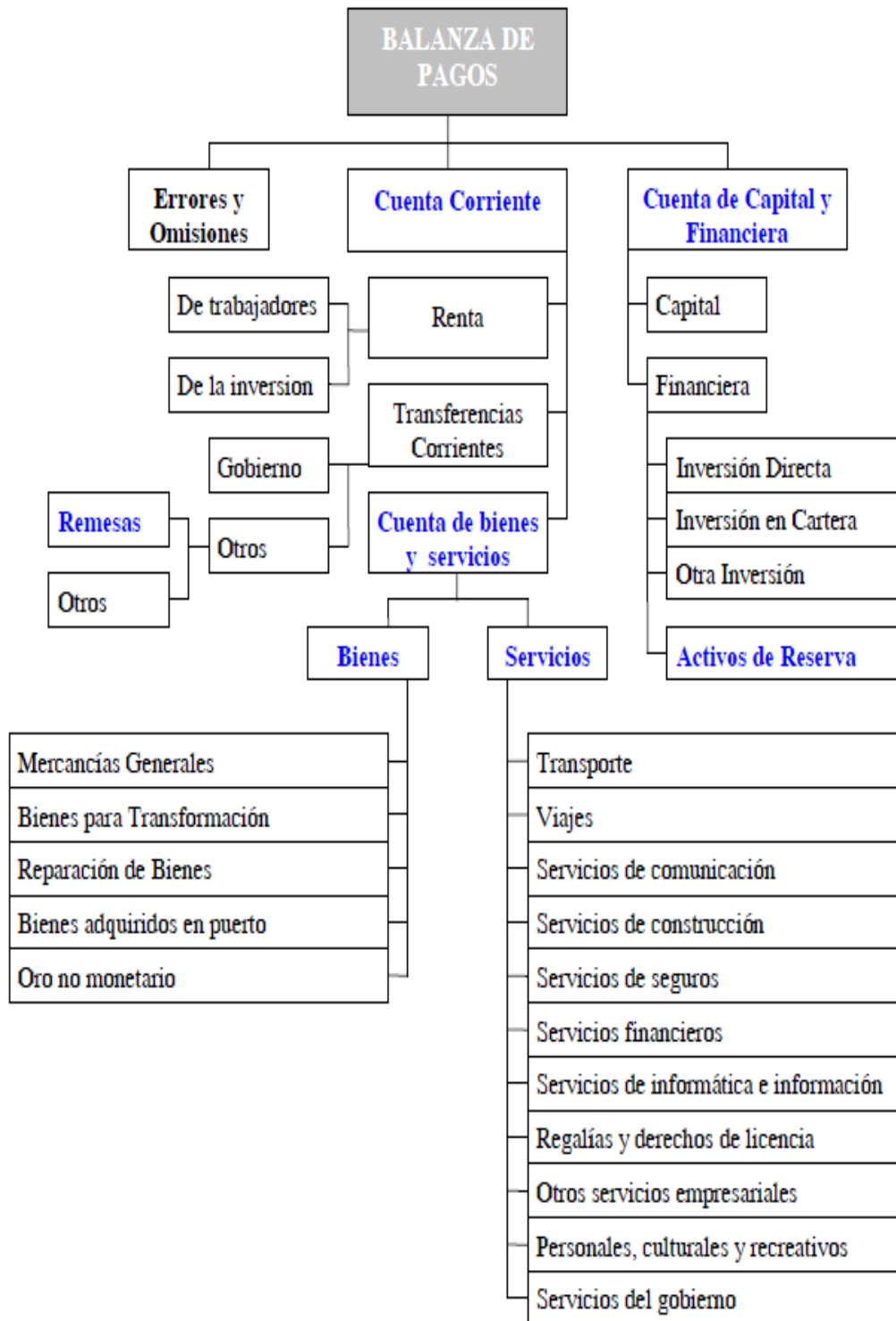
1. Inversión directa
2. Inversión en cartera
3. Otra inversión
4. Activos de reserva

3. ERRORES Y OMISIONES

Fuente: Elaboración autores sobre la base del Quinto Manual de Balanza de Pagos del FMI.

Extraído de “Indicadores de comercio exterior y política comercial” – CEPAL pg. 12

Principales componentes y relaciones de los saldos de la Balanza de Pagos



Fuente: Autores sobre la base del quinto Manual de Balanza de Pagos del FMI (1993).

Extraído de “Indicadores de comercio exterior y política comercial” – CEPAL pg. 19

La Cuenta Corriente refleja los flujos reales en la economía. Se utiliza para registrar las transacciones en valores económicos (con excepción de los recursos financieros) y los asientos compensatorios que se suministren o no como contraparte de los valores económicos.

Como bienes se clasifican los traspasos de propiedad de mercaderías físicas que tienen lugar entre residentes y no residentes. Los registros de la cuenta de bienes incluyen las transacciones relativas al comercio internacional, y registra los ingresos por las exportaciones de bienes (crédito), así como la salida o pagos de divisas por concepto de las importaciones de bienes efectuadas por los residentes (débitos). Las transacciones registradas en la cuenta de bienes pueden ser de distintos tipos:

Mercaderías Generales: Son exportaciones e importaciones de inmuebles, que dan lugar a un traspaso efectivo o imputado de propiedad.

Bienes para transformación: Son los insumos que se utilizan en las zonas francas o maquiladoras de los países; es decir, que son importados para su transformación y re-exportación subsiguiente; constituye una excepción al criterio de traspaso de propiedad. Su registro se realiza de acuerdo a la diferencia de valor bruto de los bienes antes y después.

Reparaciones de bienes: Son reparaciones realizadas a o por no residentes (normalmente embarcaciones o aeronaves). El movimiento físico es similar al de los bienes para transformación, pero a diferencia de estos, en las reparaciones sólo se consideran los derechos pagados o recibidos (el precio de la reparación en sí).

Bienes adquiridos en puerto por medios de transporte: Son los bienes que las empresas de transporte, no residentes, adquieren en el puerto para su funcionamiento (combustible y víveres, entre otros), y que no constituyen servicios auxiliares como remolque o mantenimiento. Existen diferencias sobre el registro de este tipo de bienes entre los países; una de ellas es respecto del combustible, que según el principio del Manual debería registrarse aquí, y que algunos países (como los Estados Unidos) registran como exportación de mercaderías generales.

Oro no monetario: Son los movimientos del oro que no esté en poder de las autoridades como activos de reserva.

En la cuenta de servicios se incorporan todas las transacciones originadas en el intercambio de servicios. Más adelante (cuando hablemos de la CABPS) se describirán cada grupo de servicios cuyas transacciones son incluidas en la Balanza de Pagos.

La Renta son transacciones que no se obtienen del uso de bienes tangibles. Se subdivide en:

Remuneración de empleados: En la teoría, este componente se expresa como “rentas de trabajo”, sueldo y salarios, así como remuneraciones percibidas por las personas físicas en una economía diferente a la de su residencia actual.

Rentas de la inversión: Son las obtenidas por la propiedad de activos financieros sobre el exterior de una entidad residente, así como también por activos intangibles no financieros como patentes, marcas, derechos de autor, entre otros. Podemos clasificar estas rentas como:

Rentas provenientes de la inversión directa, que proceden de acciones y otras participaciones de capital (como dividendos y utilidades distribuidas, y utilidades no distribuidas), y de la deuda (intereses).

Rentas de la inversión de cartera, que comprende las transacciones procedentes de la tenencia de acciones, bonos, pagarés e instrumentos financieros del mercado.

Rentas provenientes de otra inversión, que incluye todas las demás transacciones.

Se pueden identificar cinco clases de rentas sobre la inversión: dividendos, intereses, utilidades, rentas de trabajo, y rentas de la propiedad.

Las Transferencias Corrientes son los asientos compensatorios que no reflejan la entrega de un recurso real o financiero. Puede ser voluntaria u obligatoria y suele reflejar un beneficio no cuantificable. Comprenden todas las transferencias que no son de capital. Pueden ser transferencia del gobierno central: abarcan la cooperación internacional, los impuestos y matrículas pagados en el extranjero; y las transferencias de otros sectores: abarcan las que se realizan por particulares, entre instituciones u organizaciones no gubernamentales, por ejemplo: las remesas familiares, las herencias, las pensiones alimenticias y otras mantenciones.

La Cuenta de Capital y Financiera comprende todas las transacciones que dan lugar al recibo o al pago de transferencias de capital y adquisición/enajenación de activos no financieros no producidos, y todas las transacciones vinculadas con un traspaso de propiedad de activos y pasivos financieros de una economía sobre el exterior.

La Cuenta de Capital incluye:

Las Transferencias de Capital: se subdividen en los sectores de gobierno central y otros sectores; en cada uno se especifica la condonación de deudas como categoría, en tanto que las transferencias de emigrantes constituyen una categoría de otros sectores, y se refieren a aquellas transferencias de capital que tienen en contrapartida la cancelación de algún pasivo.

Las adquisiciones/enajenaciones: comprenden las transacciones relacionadas con activos tangibles que pueden utilizarse o necesitarse para la producción de bienes y servicios pero que en sí no han sido producidos, y las transacciones relacionadas con activos de intangibles no producidos.

La Cuenta Financiera registra las tenencias de oro monetario, derecho especial de giro, y títulos de crédito frente a no residentes (activos), a la vez que el endeudamiento que se tenga con éstos (pasivos). Se subdivide en:

Inversión directa: Es la “inversión internacional que refleja el objetivo, por parte de una entidad residente de una economía, de obtener una participación duradera en una empresa residente de otra economía. El concepto de participación duradera implica la existencia de una relación a largo plazo entre el inversionista directo y la empresa y un grado significativo de influencia del inversionista en la dirección de la empresa” (FMI, 2003:89).

Inversión en cartera: Es la que se hace en el capital y títulos de deuda en otras economías, y que no es inversión directa. “La inversión de cartera incluye, además de los títulos de participación en el capital y los títulos de deuda en forma de bonos y pagarés, instrumentos del mercado monetario e instrumentos financieros derivados, como las opciones –los certificados para la compra de valores (warrants), los swaps, los contratos de futuros, etc. Se excluye cualesquiera instrumentos que se clasifiquen como inversión directa y activos de reserva”. (FMI, 1993:94)

Otra inversión: Es una categoría residual para las demás inversiones, y comprende todas las transacciones no incluidas en la inversión extranjera directa (créditos comerciales efectuados por bancos privados, créditos de comercio exterior por parte de proveedores y compradores: transacciones en monedas y depósito –arrendamientos financieros, acuerdos de recompra (repos)-, entre otros.

Activos de reserva: Son los activos financieros sobre el exterior que están bajo control de las autoridades monetarias para financiar o regular desequilibrios. El saldo está compuesto por todas las transacciones que los residentes de un país (sector privado) y sus autoridades (sector público) realizan en el exterior. La institución o ente que controla tales reservas suele ser el Banco Central. Este tipo de activos (excluido el oro no monetario) es de disponibilidad inmediata, y puede tener diversos usos: pago por importaciones, intervenciones en el mercado cambiario para esterilizar alzas, inyección de liquidez, programas de apoyo social, paquetes de rescate financiero, etc.

La Cuenta de Errores y Omisiones es una partida contable que tiene en principio el objetivo de equilibrar contablemente la Balanza de Pagos.

Debido a la forma de registración utilizada (el método de contabilidad por partida doble) la balanza de pagos siempre debería estar equilibrada, es decir, la suma de los saldos de la cuenta corriente y la cuenta capital y financiera debería ser cero. Ello es así debido a que la cuenta corriente refleja los movimientos en bienes, servicios, servicios productivos de factores y transferencias corrientes, y la cuenta de capital y financiera refleja la forma en que se financiaron esos movimientos a través de los movimientos correspondientes en activos y pasivos.

$$\begin{array}{rcl}
 \text{Flujo real} & = & \text{Flujo nominal} \\
 \hline
 \text{SCC} & & \text{SCK + Variación de Activos de} \\
 \text{Reserva} & &
 \end{array}$$

En la práctica, sin embargo, la balanza de pagos no se confecciona mediante la realización de asientos contables, sino mediante la compatibilización de los registros y encuestas obtenidos de distintas fuentes estadísticas (Dirección Nacional de Aduanas, Departamento de Programación Financiera del Banco Central del Uruguay, Ministerio de Turismo). En tanto es muy difícil que se cuente con información completa y exacta al respecto, es explicable que surjan diferencias en los saldos agregados de las cuentas corriente y capital y financiera. Para equilibrar contablemente la balanza de pagos es preciso, entonces, crear una partida de ajuste denominada **errores y omisiones (EyO)**. Dicha partida refleja las diferencias que puedan existir y que son atribuibles a problemas estadísticos de compatibilización de la información disponible y también a transacciones no declaradas vinculadas con el ingreso y egreso de bienes y/o capitales¹.

Una vez incorporada dicha partida de ajuste puede establecerse que el saldo global de la balanza de pagos es igual a la suma de los saldos de las dos cuentas que la integran (la cuenta corriente y la cuenta capital y financiera) incluyendo errores y omisiones y, a su vez, refleja la variación de activos de reserva en poder del Banco Central.

$$\text{SBP} = \text{SCC} + \text{SCK} + \text{EyO} = \text{Variación de Activos de Reserva}$$

Principios de registro de las transacciones entre residentes y no residentes:

A continuación se expondrán los conceptos y procedimientos de registro ya estandarizados resultantes de la quinta versión de la Balanza de Pagos del año 1993 editada por el Fondo Monetario Internacional.

Residencia:

Este concepto no se basa en criterios de nacionalidad ni jurídicos, sino en el *centro de intereses económicos* de cada parte en la transacción. Como las fronteras territoriales reconocidas con fines políticos pueden no ser siempre convenientes para fines económicos, se emplea el *territorio económico* de cada país como el área geográfica pertinente para la aplicación de la residencia.

Territorio económico:

El territorio económico de un país consiste en el territorio geográfico administrado por un gobierno. Las personas, los bienes y los capitales circulan libremente en ese territorio. Se incluyen las islas que pertenecen al país, su espacio aéreo, las aguas territoriales y la plataforma continental situada en aguas internacionales sobre las que el país posee derechos exclusivos o respecto de los cuales tiene, o reivindica, jurisdicción

¹ Las transacciones no declaradas de bienes se denominan contrabando; puede existir contrabando “hacia adentro” (cuando residentes de un país adquieren en el exterior mercancías que no declaran en la aduana a su regreso) o “hacia fuera”. Las transacciones no declaradas de capitales generalmente se asocian con la “fuga de capitales” que puede consistir en retiros de depósitos de personas no residentes, o en la colocación de fondos en el exterior por parte de residentes.

sobre el derecho de pesca o de explotación de combustibles o minerales situados debajo de los fondos marinos. También están incluidos los enclaves territoriales como los consulados, embajadas, bases militares, estaciones científicas, oficinas de información o de inmigración y organismos de ayuda situados en otros países y utilizados por el gobierno con fines diplomáticos, militares, científicos o de otra índole con la conformidad política formal de los gobiernos de los países en que se encuentren físicamente situados esos enclaves.

Centro de interés económico:

Una empresa tiene su centro de interés económico en un país, y por lo tanto su residencia en él, cuando se dedica y se propone continuar dedicándose a actividades económicas en escala significativa, ya sea por tiempo indeterminado o durante un período prolongado –se considera un año generalmente, siendo una pauta flexible-, desde uno o más lugares, no necesariamente fijos, situados dentro del territorio económico de ese país. De acuerdo con lo anterior, el criterio de residencia es independiente o prescinde de la consideración de la propiedad de la empresa (si es nacional o extranjera). Las sucursales o filiales de empresas extranjeras son consideradas residentes del país en el que están establecidas. Si dichas sucursales no cumplieran con la condición de realizar actividades económicas a escala significativa por un período de tiempo prolongado, su producción se consideraría como una exportación de servicios por parte de la casa matriz (no residente) al país donde está establecida.

Unidades institucionales:

Son entidades económicas que tienen capacidad, por derecho propio, de poseer activos, contraer pasivos y realizar actividades económicas y transacciones con otras entidades.

Hay cuatro categorías:

- A) Las unidades familiares y personas físicas. El determinante de la residencia, en este caso, es la locación de la vivienda principal, donde habita la unidad familiar; la familia como unidad puede mantener la residencia, al tiempo que uno de sus miembros la pierde por cambiar de país de residencia.
- B) Las entidades jurídicas y sociales. Las empresas deben mantener un establecimiento productivo, con planes de explotación durante un período largo y que produzca significativas cantidades de bienes y servicios.
- C) Se puede considerar a una institución sin fines de lucro como residente, cuando haya sido establecida y registrada oficialmente por dicho país, estando atada a sus leyes. Cuando se trata de instituciones de caridad o socorro a escala internacional, es necesario establecer la residencia por sucursal, caso en el cual se sugiere utilizar el criterio del año de permanencia.

D) En el caso del gobierno general, se debe considerar como residentes no sólo a todos los que se encuentran en su territorio económico, sino también a las embajadas, consulados, establecimientos militares y otras entidades de gobierno general de una economía que se encuentren ubicado en otro país.

Ejemplos de Residencia:

Caso particular de la construcción: Es usual que empresas no residentes dirijan obras (puentes, embalses, centrales de generación de energía, etc.) cuya duración lleva varios años. Por lo tanto, aunque sus oficinas no estén constituidas como sociedades en el país donde desarrollan la actividad, sí reúnen –al igual que las sucursales o filiales extranjeras- las condiciones para ser consideradas como residentes, y, por consiguiente, considerar su producción como local y no como una exportación de servicios.

Las empresas instaladas en el extranjero, incluidas las dedicadas a los procesos de manufactura y a actividades comerciales y financieras, son residentes de los países en que se encuentran localizadas. Esto se aplica con independencia de que estén situadas en zonas especiales exentas de reglamentaciones aduaneras o gocen de concesiones.

Caso de empresas que realizan actividades fuera del territorio económico del país en el que son residentes (buques, aeronaves, torres o plataformas de perforación petrolera, y el material ferroviario):

- A) Cuando una empresa realiza operaciones en aguas o espacio aéreo internacionales, las actividades deben atribuirse al país en el cual la empresa tiene residencia.

- B) Cuando le empresa realiza actividades en otro país, puede considerarse que tiene su centro de interés económico en dicho país. Si embargo, si tales actividades se desarrollan en forma regular y permanente en dos o más países (red ferroviaria, por ej.), se considera que la empresa tiene un centro de interés económico en cada país y cuenta con unidades residentes en cada uno de ellos. En cada país deberá llevar su contabilidad de manera independiente y reconocérselas como independientes por cada autoridad fiscal, así como obtener los permisos y licencias en cada país. En el caso de arrendamiento de equipo móvil de una empresa por otra durante plazos prolongados o por tiempo indeterminado se considera que la actividad se desarrolla por la empresa arrendataria y se la atribuye al país del que es residente.

En principio, la actividad naviera se atribuye al país de residencia de la empresa que explota el buque. Si tal empresa, por consideraciones fiscales o de otra índole, establece una sucursal en otro país para la gestión de la explotación, ésta se atribuye a la sucursal residente que actúa en ese país.

Las transacciones realizadas por agentes deben imputarse al país del principal en cuyo nombre se efectúan y no al país del agente que representa al principal. Sin embargo, los servicios prestados por un agente a la empresa a la que representa deben atribuirse al país del que es residente el agente.

Las unidades familiares tienen su centro de interés económico en el país en que disponen de una o más viviendas que sus miembros usan como residencia principal. Todas las personas que forman parte de la misma unidad familiar deben ser residentes del mismo país. Si un miembro de una unidad familiar abandona el territorio económico y vuelve a la unidad familiar después de un período limitado, sigue siendo residente aún cuando realicen desplazamientos frecuentes fuera del territorio económico. Una persona puede dejar de ser miembro de una unidad familiar residente cuando trabaja de manera continuada durante un año o más en el extranjero. Aunque una persona siga estando empleada y recibiendo remuneración de una empresa residente del país de esa persona, normalmente se la considera residente del país anfitrión si trabaja de manera continuada en él durante un año o más.

Los funcionarios de la administración pública (diplomáticos incluidos) y el personal militar empleado en el extranjero en enclaves gubernamentales siguen teniendo su centro de interés económico en su país de origen mientras trabajen en esos enclaves, durante todo el tiempo que ello dure y siguen siendo residentes de su país de origen aunque ocupen viviendas fuera de esos enclaves. Durante todo el tiempo de sus estudios en el extranjero, los estudiantes deben ser tratados como residentes de su país de origen, siempre que sigan formando parte de unidades familiares en esos países. Los pacientes que reciben tratamiento médico en el exterior también se tratan como residentes de su país de origen. Respecto de toda otra persona que se traslada a otro país y permanece en él, o espera permanecer, durante un año o más, se considera que ha cambiado su centro de interés económico; es decir, se le considera un migrante.

En el caso de las personas desplazadas de su país de origen por causa de desastres naturales u otras razones, si tal desplazamiento es breve, se les considera residentes del su país de origen; en caso contrario, si es por un período prolongado, cambian su centro de interés económico.

Valoración de las transacciones:

La valoración de las transacciones internacionales de servicios debe realizarse a *precios de mercado*: el precio al que compradores y vendedores comercian en un mercado abierto. En consecuencia, dichas transacciones tienen que registrarse en la Balanza de Pagos al precio efectivamente acordado entre el proveedor y el consumidor.

En el caso de las transacciones entre empresas vinculadas no existe independencia entre las partes, por lo cual los precios de sus transacciones puede que no representen los precios de mercado (precios de transferencia). El MBP5 (Manual de Balanza de Pagos

versión 5) recomienda que estas distorsiones ocasionadas por los precios de transferencia sean corregidas sustituyendo dichos precios por precios de mercado, lo cual, en la práctica, resulta muy complicado. No obstante, existen

casos en que la diferencia entre el precio de transferencia y el de mercado es tan grande, que su no corrección afecta significativamente la medición.

El momento para registrar las transacciones es aquel en el que se suministra el servicio. Este momento puede ser distinto del correspondiente a la realización o recepción del pago, por ser anterior o posterior al de la transacción. Los servicios recibidos y los gastos deben registrarse como débitos, mientras que los servicios prestados y los ingresos se registran como créditos.

A su vez, las transacciones de servicios deben registrarse en valores brutos; es decir, las transacciones de débitos (importaciones) y de créditos (exportaciones) deben compilarse en forma separada y no como resultado neto de los créditos menos los débitos.

Las transacciones pueden realizarse en diferentes monedas, incluyendo la moneda nacional del proveedor del servicio o de su consumidor. Todas las transacciones deben convertirse a la misma moneda, en una unidad de cuenta común. En la elección de dicha unidad deberá tomarse en cuenta el efecto de los procesos inflacionarios y devaluatorios, por lo cual es recomendable elegir una moneda estable.

En cuanto al tipo de cambio, se debe utilizar el tipo de cambio de mercado del momento de la transacción, promediando el precio comprador y vendedor.

En resumen, las transacciones internacionales de servicios deben valorarse:

- a) a sus precios de mercado o la estimación que más se le aproxime (caso de precios de transferencia);
- b) en el momento en que se presta el servicio (criterio de lo devengado);
- c) a valores brutos (no se deben netear importaciones con exportaciones);
- d) en una moneda estable que no sea objeto de procesos inflacionarios o devaluatorios importantes;
- e) al tipo de cambio promedio entre el comprador y el vendedor del momento en que se efectúa la transacción.

CABS (Clasificación Ampliada de Balanza de Pagos de Servicios)

En 1996, la OCDE y EUROSTAT, en consulta con el FMI, desarrollaron una clasificación más detallada que la del MBP5 para el comercio internacional de servicios entre residentes y no residentes.

La CABS facilita la compilación de información estadística con un nivel de detalle que satisface las necesidades de información en el marco del AGCS.

Está basado en el MBP5, pero realiza un desglose mayor de cada partida, brindando más información y siendo compatible con la Balanza de Pagos. Es una clasificación basada en productos.

A continuación se brinda una breve descripción de las once partidas:

1. Transportes: Abarcan todos los servicios de transporte suministrados por los residentes de una economía a los residentes de otra: de pasajeros o de cargas (mercancías), arrendamiento (fletamiento de medios de transporte con tripulación) y los servicios de apoyo y auxiliares conexos. Se distinguen ocho modos de transporte: marítimo, aéreo, espacial, ferroviario, por carretera, por vías navegables interiores, por tuberías y otros servicios de apoyo y auxiliares de los transportes.
2. Viajes: Comprenden los gastos en bienes y servicios (incluidos alojamiento, alimentos, recuerdos, etc.) en que ha incurrido el viajero en su visita al extranjero. Solamente las personas que permanecen menos de un año se consideran viajeros, excepto estudiantes y pacientes.
3. Servicios de comunicaciones: Servicios de correo y mensajería, y servicios de telecomunicaciones.
4. Construcción: Abarca los trabajos realizados en instalaciones y obras de construcción por trabajadores de una empresa en lugares situados fuera del territorio de ella.
5. Servicios de seguro: Comprenden el suministro de diversos tipos de seguro a no residentes por compañías de seguro no residentes, y viceversa. Se subdividen en: seguros de vida y fondo de pensiones, seguros de transporte, otros seguros directos, reaseguros y servicios auxiliares de los seguros. En las partidas informativas se incluye información sobre la cuantía bruta de las primas y la cuantía bruta de las indemnizaciones, que pueden servir de base para estimar las comisiones.
6. Servicios financieros: Abarcan servicios de intermediación financiera y servicios auxiliares, suministrados por bancos, bolsas de valores, empresas de “factoring”, empresas de tarjetas de crédito y otras.
7. Servicios de informática y de información: Se subdividen en: servicios de informática (servicios relacionados con equipo de informática y soporte lógico y servicios de procesamiento de datos), servicios de agencias de noticias (suministro de noticias, fotografías y artículos a los medios de difusión) y otros servicios de suministro de información (servicios de bases de datos y sistemas de búsqueda en Internet).
8. Regalías y derechos de licencia: Se dividen en: franquicias comerciales y derechos similares, y otras regalías y derechos de licencia. Los primeros comprenden las transacciones de derechos por franquicias comerciales y las regalías pagadas por el empleo de marcas de fábrica o de comercio registradas. Las últimas incluyen las transacciones por el uso autorizado de patentes, derechos de autor y procesos industriales,

dibujos y modelos industriales, y el uso, mediante licencia, de originales o prototipos producidos (como los manuscritos u los programas de ordenador).

9. Otros servicios empresariales: Tienen idéntico alcance que el componente del MBP5, si bien la desagregación es mucho más detallada, Esta categoría comprende los servicios de compraventa, otros servicios relacionados con el comercio, los servicios de arrendamiento de explotación, y los servicios empresariales, profesionales y técnicos varios, incluidos los servicios jurídicos, los servicios de contabilidad y auditoría, los servicios de consultoría empresarial y de gestión y de relaciones públicas, etc.
10. Servicios personales, culturales y recreativos: Comprenden los servicios audiovisuales y servicios conexos, y otros servicios personales, culturales y recreativos. El primer componente abarca los servicios y derechos relacionados con la producción de películas cinematográficas, programas de radio y televisión y grabaciones musicales. La segunda categoría incluye servicios como los relacionados con museos, bibliotecas, archivos y otras actividades culturales, deportivas y recreativas. La CABPS prevé la elaboración de información adicional en esta última partida en dos subcomponentes distintos: los servicios de educación y los servicios de salud, que tienen importancia a los efectos de negociaciones comerciales.
11. Servicios del Gobierno no identificados en otra parte: Comprenden todas las transacciones del Gobierno y las organizaciones internacionales no abarcadas por los demás componentes de la CABPS. Se pueden subdividir en servicios correspondientes a transacciones de embajadas y consulados, las realizadas por unidades y organismos militares, y todas las demás entidades. Cabe señalar que el AGCS no comprende los servicios suministrados en el ejercicio de la autoridad gubernamental.

CABPS: Clasificación ampliada Balanza de Pagos de Servicios

Partidas y elementos de la clasificación

1 Transportes

1.1 Transporte marítimo

1.1.1 Pasajeros

1.1.2 Cargas

1.1.3 Otros

1.2 Transporte aéreo

1.2.1 Pasajeros

1.2.2 Cargas

1.2.3 Otros

1.3 Otros transportes

1.3.1 Pasajeros

1.3.2 Cargas

1.3.3 Otros

Clasificación ampliada de otros transportes

1.4 Transporte espacial

1.5 Transporte ferroviario

1.5.1 Pasajeros

1.5.2 Cargas

1.5.3 Otros

1.6 Transporte por carretera

1.6.1 Pasajeros

1.6.2 Cargas

1.6.3 Otros

1.7 Transporte por vías de navegación interiores

1.7.1 Pasajeros

1.7.2 Cargas

1.7.3 Otros

1.8 Transporte por tuberías y transmisión de energía eléctrica

1.9 Otros servicios de apoyo y auxiliares del transporte

2 Viajes

2.1 Viajes de negocios

2.1.1 Gastos de trabajadores de temporada y fronterizos

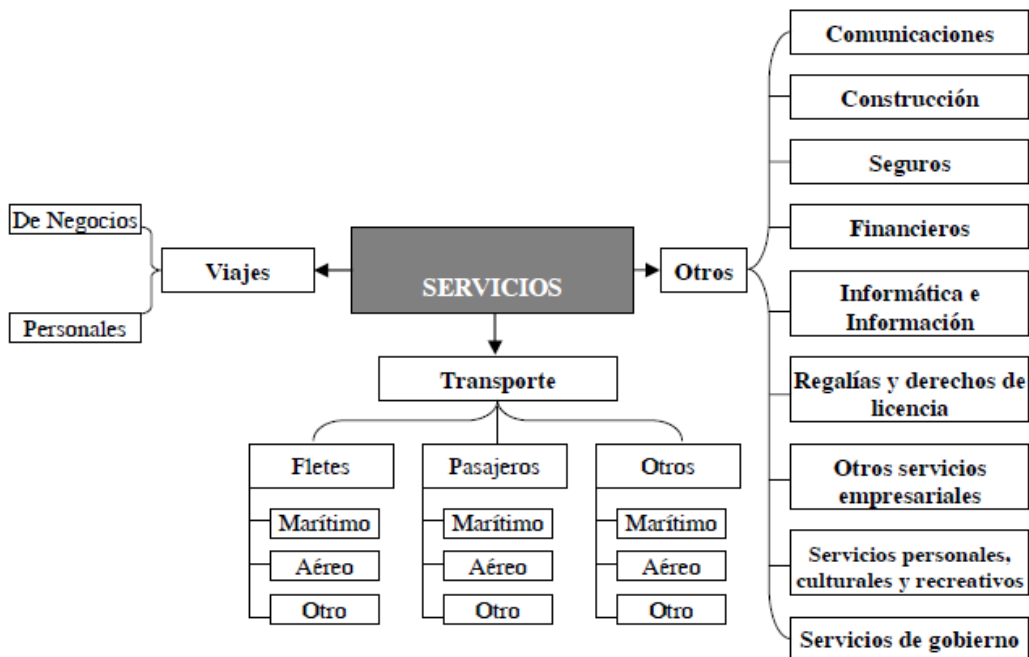
2.1.2 Otros

- 2.2 Viajes personales
 - 2.2.1 Gastos relacionados con la salud
 - 2.2.2 Gastos relacionados con la enseñanza
 - 2.2.3 Otros
- 3 Servicios de comunicaciones**
 - 3.1 Servicios de correo y mensajería
 - 3.2 Servicios de telecomunicaciones
- 4 Servicios de construcción**
 - 4.1 Construcción en el extranjero
 - 4.2 Construcción en el país
- 5 Servicios de seguros**
 - 5.1 Seguros de vida y fondos de pensiones
 - 5.2 Seguros de transporte de cargas
 - 5.3 Otros seguros directos
 - 5.4 Reaseguros
 - 5.5 Servicios auxiliares
- 6 Servicios financieros**
- 7 Servicios de informática y de información**
 - 7.1 Servicios de informática
 - 7.2 Servicios de información
 - 7.2.1 Servicios de agencias de noticias
 - 7.2.2 Otros servicios de suministro de información
- 8 Regalías y derechos de licencia**
 - 8.1 Franquicias comerciales y derechos similares
 - 8.2 Otras regalías y derechos de licencia
- 9 Otros servicios empresariales**
 - 9.1 Servicios de compraventa y otros servicios relacionados con el comercio
 - 9.1.1 Servicios de compraventa
 - 9.1.2 Otros servicios relacionados con el comercio
 - 9.2 Servicios de arrendamiento de explotación
 - 9.3 Servicios empresariales, profesionales y técnicos varios
 - 9.3.1 Servicios jurídicos, contables, de asesoramiento administrativo y de relaciones públicas
 - 9.3.1.1 Servicios jurídicos
 - 9.3.1.2 Servicios contables, de auditoría, de teneduría de libros y de asesoramiento tributario
 - 9.3.1.3 Servicios de consultoría en administración y gestión y de relaciones públicas
 - 9.3.2 Publicidad, investigación de mercados y encuestas de opinión pública
 - 9.3.3 Investigación y desarrollo
 - 9.3.4 Servicios arquitectónicos, de ingeniería y otros servicios técnicos
 - 9.3.5 Servicios agrícolas, mineros y de transformación en el lugar
 - 9.3.5.1 Tratamiento de desechos y descontaminación
 - 9.3.5.2 Servicios agrícolas, mineros y de transformación en el lugar
 - 9.3.6 Otros servicios empresariales
 - 9.3.7 Servicios prestados entre empresas relacionadas, n.i.o.p.
- 10 Servicios personales, culturales y recreativos**
 - 10.1 Servicios audiovisuales y conexos
 - 10.2 Otros servicios personales, culturales y recreativos
 - 10.2.1 Servicios de enseñanza
 - 10.2.2 Servicios de salud
 - 10.2.3 Otros servicios personales, culturales y recreativos
- 11 Servicios del gobierno, n.i.o.p.**
 - 11.1 Embajadas y consulados
 - 11.2 Organismos y unidades militares
 - 11.3 Otros

Partidas informativas

- 1 Transporte de carga de mercancías, sobre la base del valor de transacción
 - 1.1 Transporte de carga marítimo
 - 1.2 Transporte de carga aéreo
 - 1.3 Otro transporte de carga
 - 1.4 Transporte de carga espacial
 - 1.5 Transporte de carga ferroviario
 - 1.6 Transporte de carga por carretera
 - 1.7 Transporte de carga por vías de navegación interiores
 - 1.8 Transporte por tuberías
- 2 Viajes
 - 2.1 Gastos por bienes
 - 2.2 Gastos por servicios de alojamiento y restaurantes
 - 2.3 Todos los demás gastos de viaje
- 3 Primas brutas de seguro
 - 3.1 Primas brutas de seguros de vida
 - 3.2 Primas brutas de seguros de transporte
 - 3.3 Primas brutas de otros seguros directos
- 4 Indemnizaciones brutas de seguros
 - 4.1 Indemnizaciones brutas de seguros de vida
 - 4.2 Indemnizaciones brutas de seguros de transporte
 - 4.3 Indemnizaciones brutas de otros seguros directos
- 5 Servicios de intermediación financiera medidos indirectamente (SIFMI)
- 6 Servicios financieros con inclusión de los SIFMI
- 7 Corrientes brutas por compraventas
- 8 Transacciones audiovisuales³

Desglose de los servicios por sectores y subsectores



Fuente: Autores sobre la base de Martínez, et al (2008).

Extraído de “Indicadores de comercio exterior y política comercial” – CEPAL pg. 14

Vinculación entre los modos de suministro y la Balanza de Pagos

La asignación de los diversos servicios a los modos de suministro es un requisito básico del AGCS. En muchos casos una misma transacción involucra más de un modo de suministro. Esto dificulta la medición del comercio de servicios en base a los datos disponibles en la Balanza de Pagos.

Las principales limitantes de la Balanza de Pagos como instrumento de medición del comercio internacional de servicios se resumen en los siguientes cuadros:

Correspondencia entre los modos de suministro y los campos estadísticos

Modo de suministro	Campos estadísticos pertinentes	Deficiencias
<i>Modo 1:</i> Suministro transfronterizo	Balanza de pagos: servicios comerciales (excluidos los viajes y los servicios de construcción)	La balanza de pagos no permite separar los <i>modos 1 y 4</i>
<i>Modo 2:</i> Consumo en el extranjero	Balanza de pagos: <i>Viajes</i>	<ul style="list-style-type: none"> • La categoría de los <i>viajes</i> también contiene bienes y no está subdividida en las diferentes categorías de servicios que consumen los viajeros • Algunas transacciones relacionadas con este modo de suministro figuran también en otras categorías de la balanza de pagos
<i>Modo 3:</i> Presencia comercial	Estadísticas sobre el comercio de servicios de filiales extranjeras Balanza de pagos: datos sobre la IED (información complementaria) Balanza de pagos: <i>servicios de construcción</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Muy pocos países compilan datos sobre el comercio de servicios de filiales extranjeras • Las estadísticas sobre la IED abarcan un subconjunto más amplio y no solamente las empresas controladas (mayoría) • No están distribuidos entre los <i>modos 3 y 4</i>
<i>Modo 4:</i> Presencia de personas físicas	Balanza de pagos: servicio comercial (excluidos los viajes) Estadísticas de balanza de pagos: <i>remuneración de los empleados y remesas de los trabajadores</i> (información complementaria)	<ul style="list-style-type: none"> • La balanza de pagos no permite separar los <i>modos 1 (3 en el caso de los servicios de construcción) y 4</i> • No guardan relación con el <i>modo 4</i> pero tienen interés para la movilidad de la mano de obra

Extraído de “La medición del comercio de Servicios”, del módulo de formación de la OMC

Problemas con la recolección de datos según modos de suministro

Comercio Internacional de Servicios – Capítulo I: Aspectos generales

Modo ^a	Fuentes relevantes	Insuficiencias
Comercio transfronterizo (25-30%)	Estadísticas de la Balanza de Pagos (otras categorías distintas a viajes)	Las estadísticas de la Balanza de Pagos no distinguen entre los modos 1, 3 y 4.
Consumo en el extranjero	Estadísticas de la Balanza de Pagos (principalmente viajes)	Viajes también incluye bienes y no está subdividido en distintas categorías de consumo.
Presencia Comercial (10-15%)	Producción, Inversión Extranjera Directa, FATS	Las estadísticas de Producción no distinguen entre firmas nacionales y extranjeras Las estadísticas de Inversión Extranjera Directa no entregan datos de ventas; y su definición no concuerda con la de Presencia Comercial. Las estadísticas FATS solo existen en los Estados Unidos Los conceptos básicos recién están siendo definidos a nivel internacional.
Presencia de persona natural (independiente) (menos del 5%)	Estadísticas de la Balanza de Pagos (otras categorías distintas a viajes y transporte)	Las estadísticas de la Balanza de Pagos no distinguen entre los modos 1, 3 y 4. Las personas naturales que son residentes no son consideradas.
Presencia de persona natural (empleado)	Datos de empleo de las estadísticas FATS	Todavía no está disponible la información.

Fuente: Autores sobre Chang y otros (1999); y Magdeleine y Maurer (2003).

^a Incluye estimaciones del peso del modo en el comercio mundial de servicios

Extraído de “Indicadores de comercio exterior y política comercial” - CEPAL

El MECIS recomienda la aplicación de una serie de supuestos simplificadores a la hora de compilar los datos sobre el comercio de servicios.

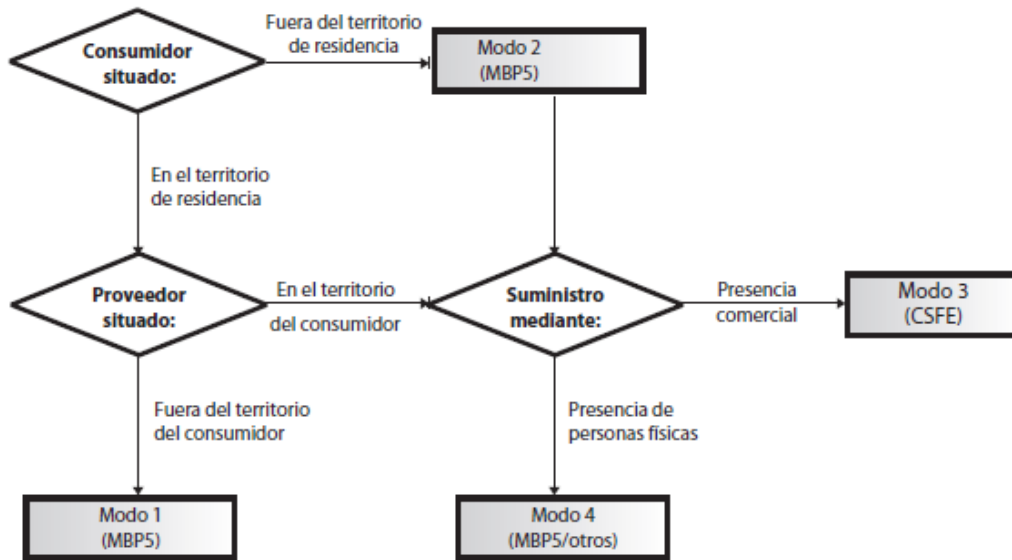
1. Cada tipo de servicio de la CABPS se asigna a un único modo predominante o, cuando no exista ninguno que lo sea, al más importante de ellos.
2. Se considera que son predominantemente del modo 1, comercio transfronterizo, los siguientes servicios: transporte (excepto los servicios de apoyo y auxiliares que se prestan a medios de transporte nacionales en puertos extranjeros, o a medios de transporte de no residentes en puertos nacionales), comunicaciones, seguros y servicios financieros, además de los pagos de regalías y derechos de licencia.
3. Todos los servicios registrados en la Balanza de Pagos como viajes se consideran consumo en el extranjero o modo 2. Sin embargo, el componente de la clasificación de la balanza de pagos correspondiente a viajes también comprende la compra de bienes por los viajeros, que no está incluida en el AGCS y, por lo tanto, no cabe en el modo 2. Entonces, los gastos de los viajeros correspondientes a la compra de bienes deben identificarse separadamente de sus gastos de servicios, y sólo debe asignarse al modo 2 la parte de gastos de viaje correspondiente a los servicios. La parte correspondiente a los bienes no debe asignarse a ningún modo de suministro. Además, los servicios de apoyo y auxiliares que se prestan a medios de transporte nacionales en

- puertos extranjeros deben asignarse al modo 2 cuando es posible identificarlos por separado.
4. El modo 3, presencia comercial, corresponde principalmente al comercio de servicios de filiales extranjeras, no estando incluido en la Balanza de Pagos. Sin embargo, existe la excepción de cuando entidades extranjeras se establecen por corto plazo para prestar sus servicios, siendo consideradas no residentes y registrando sus transacciones en la Balanza de Pagos. Para el AGCS son consideradas como presencia comercial, no aplicándoseles la regla estadística del plazo de un año. Ejemplo de ello son los servicios de construcción cuando son prestados por una oficina comercial local no constituida como sociedad para una obra de corto plazo. En este caso, estos servicios deben asignarse al modo 3. El componente de la Balanza de Pagos servicios de construcción también comprende transacciones de servicios prestadas a través de la presencia de personas físicas. Cuando las transacciones realizadas mediante la presencia de personas físicas constituyen una parte importante del total de los servicios de construcción, y es posible identificarlos por separado, deben asignarse al modo 4.
 5. Con respecto a los demás servicios comprendidos por el AGCS (servicios de informática y de información; otros servicios empresariales y servicios personales, culturales y recreativos) el cuadro es más complejo ya que pueden intervenir tanto el modo 1 como el modo 4. Por ejemplo: un consultor residente en el país que compila las estadística y que presta servicios a un cliente no residente puede suministrar el servicio tanto en el lugar en el que se encuentra el cliente (modo 4) o bien desde la oficina del consultor (modo 1), o bien mediante una combinación de ambos. Se recomienda que, en la medida de lo posible, se determine la ubicación del proveedor del servicio en el momento de las transacciones de servicios importantes según los componentes de la CABPS. Esto permitiría una distribución de esos servicios entre el modo 1 y el modo 4. Si la investigación indicara que respecto a ciertos componentes de la CABPS uno de los modos de suministro sólo aporta una pequeña proporción del servicio total prestado, podría asignarse la totalidad de ese tipo de servicio al modo predominante.
 6. La remuneración de los trabajadores no residentes figura incluida en los ingresos en la Balanza de Pagos, y por lo tanto no figura en la CABPS. Sin embargo, puede ofrecer indicios de actividad correspondiente al modo 4 (presencia de personas físicas). Por lo tanto, se recomienda que, en la medida de lo posible, utilizando las fuentes de datos de que se disponga, se determine un desglose de la remuneración de los trabajadores no residentes según la rama de producción del establecimiento empleador.
 7. Los servicios que se adquieren en el país anfitrión por personas o entidades gubernamentales situadas en enclaves diplomáticos u otros similares en el país anfitrión, se incluyen en servicios del gobierno, n.i.o.p, que es una categoría residual de transacciones oficiales no clasificadas en otros componentes de la CABPS. Esas transacciones de servicios están comprendidas en el AGCS (modo 2) cuando se prestan

por entidades no gubernamentales. Sin embargo, se recomienda no determinar por separado la adquisición de esos servicios (los prestados por entidades no gubernamentales) respecto de la compra de servicios prestados por entidades gubernamentales o la compra de bienes.

Los cuatro modos de suministro: criterios estadísticos

<i>Presencia territorial de las partes en la transacción</i>	<i>Modo de suministro</i>	<i>Principales categorías estadísticas</i>
Consumidor situado fuera de su territorio de residencia	Modo 2. Consumo en el extranjero	MBP5
Consumidor situado en su territorio de residencia:		
— Proveedor situado fuera del territorio del consumidor	Modo 1. Suministro transfronterizo	MBP5
— Proveedor situado en el territorio del consumidor		
a) Suministro mediante presencia comercial	Modo 3. Presencia comercial	Comercio de servicios de filiales extranjeras; MBP5/otros ^a
b) Suministro mediante presencia de personas físicas	Modo 4. Presencia de personas físicas	



Extraído del Manual de Comercio Internacional de Servicios, pg. 22

Servicios comprendidos en las estadísticas según modo de suministro

Modo 1 Suministro transfronterizo	MBP5: <i>Transportes</i> (en su mayor parte), <i>servicios de comunicaciones, servicios de seguros, servicios financieros, regalías y derechos de licencia</i> Parte de <i>servicios de informática y de información, otros servicios empresariales y servicios personales, culturales y recreativos</i>
Modo 2 Consumo en el extranjero	MBP5: <i>Viajes</i> (con exclusión de los bienes adquiridos por los viajeros); <i>reparación de medios de transporte en puertos extranjeros (bienes); parte de transportes (servicios de apoyo y auxiliares a los medios de transporte en puertos extranjeros)</i>
Modo 3 Presencia comercial	Comercio de servicios de filiales extranjeras: Estadísticas a su respecto por cada categoría de la CIIU MBP5: Parte de los <i>servicios de construcción</i>
Modo 4 Presencia de personas físicas	MBP5: Parte de <i>servicios de informática y de información; otros servicios empresariales; servicios personales, culturales y de recreación y servicios de construcción</i> Comercio de servicios de filiales extranjeras (información complementaria): Empleo de extranjeros en filiales extranjeras MBP5 (información complementaria): Corrientes relacionadas con el trabajo Otras fuentes: Véase el Anexo I.

Extraído del Manual de Comercio Internacional de Servicios, pg. 25

Allocation of BOP/EBOPS Items to Modes of Supply



As a first step, Manual proposes a simplified approach:

- Items deemed to be predominantly delivered through one mode



© WTO/OMC

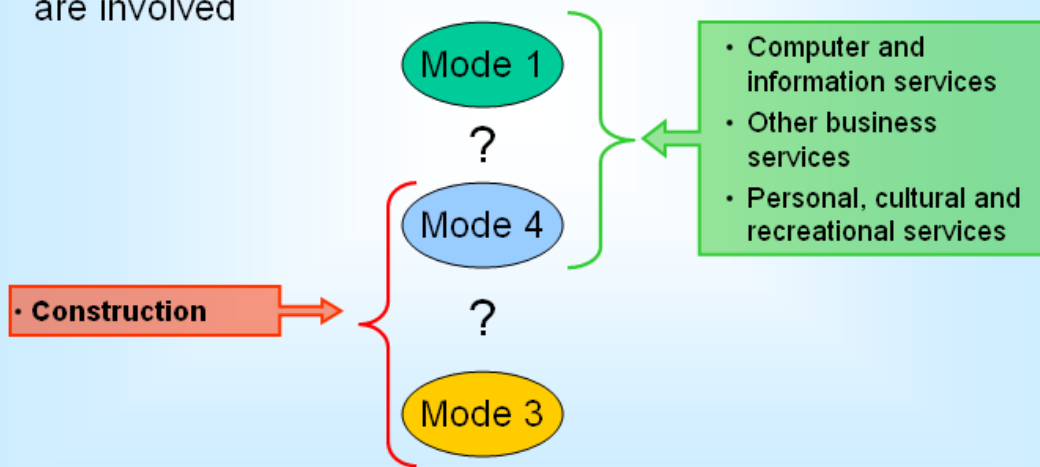
29

Allocation of BOP/EBOPS Items to Modes of Supply



Simplified approach (continued):

- Items for which significant elements of 2 modes of supply are involved



© WTO/OMC

30

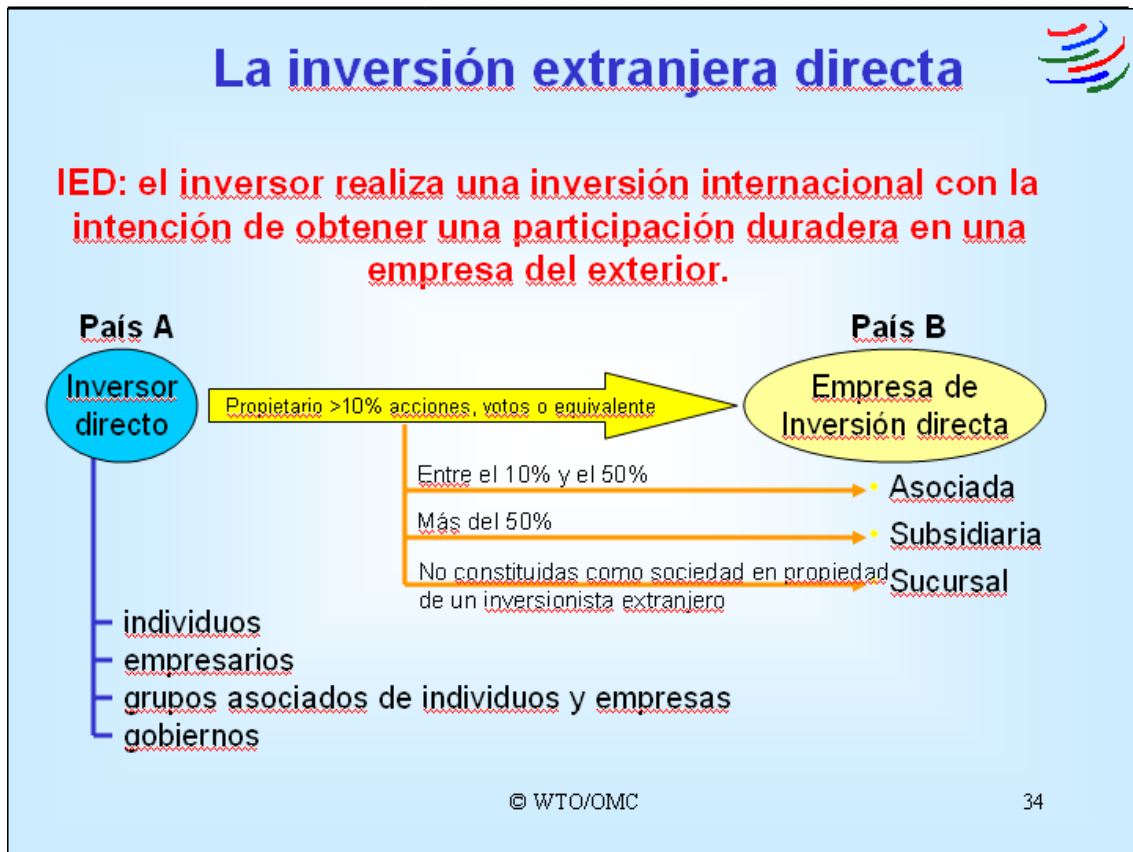
Modo 3: Presencia comercial

De acuerdo con el Manual de Balanza de Pagos versión 5, inversión directa es la categoría de las inversiones internacionales que refleja el objetivo de una entidad residente en un país de obtener una participación duradera en una empresa residente en otro (la entidad residente es el inversor directo, y la empresa es la empresa de inversión directa). La participación duradera supone la existencia de una relación de largo plazo entre el inversionista directo y la empresa y un grado importante de influencia en la gestión. Las inversiones directas comprenden tanto la transacción inicial entre el inversionista y la empresa como todas las transacciones posteriores entre ellos y entre empresas vinculadas.

Con fines estadísticos, una empresa de inversión directa es aquella en que, constituida o no como sociedad, un inversionista directo residente de otro país posee un 10% o más de las acciones ordinarias o de los votos (en las sociedades) o su equivalente (en las demás empresas). Las empresas de inversión directa comprenden a las entidades que son filiales (un inversionista no residente posee más del 50%), asociadas (un inversionista no residente posee entre el 10 y el 50%), o sucursales (empresas no constituidas como sociedades que pertenecen al inversionista directo exclusiva o conjuntamente).

No obstante las definiciones anteriores, el MECIS, a los efectos de la medición del comercio de servicios, considera un subconjunto del universo de la inversión directa extranjera: las filiales, donde la propiedad del inversionista extranjero directo es mayor al 50%.

El AGCS, en el modo 3, hace referencia a la “presencia comercial”, lo cual es un concepto mucho más abarcativo que el de filial. Las demás dificultades en la obtención de datos que permitan cuantificar el comercio del modo 3 han sido expuestas en cuadros anteriores. Fundamentalmente, dichas dificultades refieren a la falta de información en la Balanza de Pagos, a que el subconjunto de la IED es muy reducido, a las dificultades para obtener datos y que pocos países poseen estadísticas.



Las filiales o sucursales de empresas extranjeras se consideran residentes del país en el que están ubicadas, con independencia del país de residencia de la casa matriz. Por lo tanto, **no se considera comercio internacional de servicios:**

1. Los servicios que empresas residentes presten a o reciban de sucursales o filiales, ubicadas en el país de aquéllas, de empresas extranjeras, ya que son transacciones entre residentes.
2. Los servicios que las filiales o sucursales, ubicadas en el extranjero, de empresas residentes presten a o reciban de empresas residentes en el extranjero, ya que son transacciones entre no residentes.

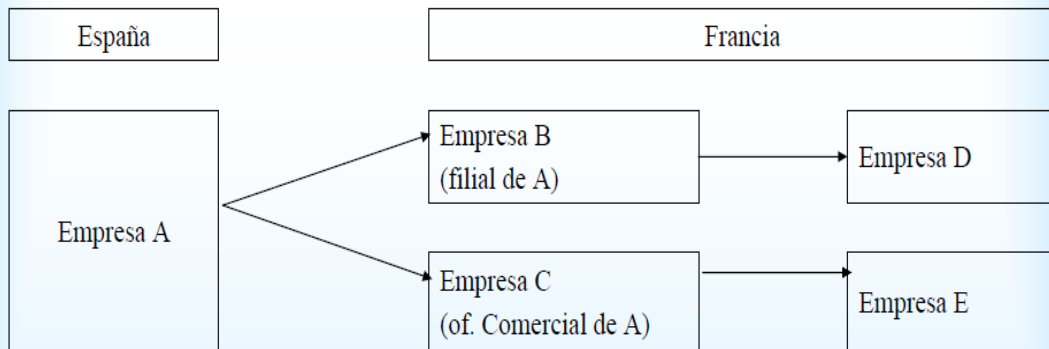
Las oficinas y locales comerciales de empresas extranjeras se consideran residentes del país de residencia de la empresa que las constituye: no se consideran residentes del país en el que están ubicadas.

Por lo tanto, **sí** se considera comercio internacional de servicios a las transacciones que involucren a empresas residentes que presten a o reciban de oficinas o locales comerciales ubicados en el país de aquéllas pero constituidos por empresas extranjeras.

Por el contrario, **no** se considera comercio internacional de servicios a las transacciones que involucren a empresas residentes que presten a o reciban de oficinas o locales comerciales ubicados en el extranjero, pero constituidos por empresas residentes.

Las empresas subcontratadas por una empresa residente para prestar un servicio a un no residente, no deberá incluirse como exportación de servicio por tratarse de una operación doméstica.

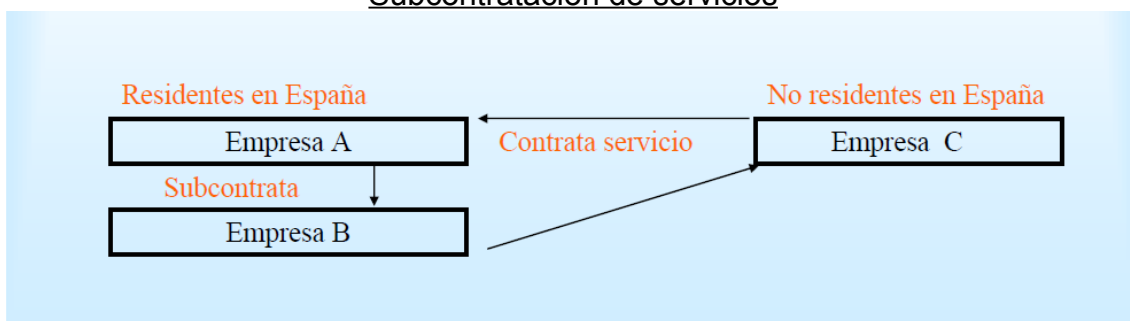
EJEMPLO DE OPERACIONES FILIALES Y SUCURSALES Y OFICINAS COMERCIALES



- Operaciones de servicios:
- A-B = residente ES – residente FR = comercio internacional de servicios
- A-C = residente ES – residente ES = no comercio internacional de servicios
- B-D = residente FR – residente FR = no comercio internacional de servicios
- C-E = residente ES – residente FR = comercio internacional de servicios

Fuente: Instituto Nacional de Estadística de España

Subcontratación de servicios



Fuente: Instituto Nacional de Estadística de España

Modo 4: Presencia de personas físicas

El AGCS establece que el modo 4 es el suministro de servicios por personas no residentes que se trasladan de forma temporal a otro país. El MECIS describe diferentes variantes dentro de este modo de suministro:

1. Personas que se trasladan para cumplir directamente contratos de servicios (proveedores de servicio por contrato); quedan incluidos empleados por cuenta propia (profesionales independientes) y empleados de un proveedor de servicios extranjero.
2. Personas que se trasladan para trabajar en una filial extranjera que presta servicios (transferencia dentro de la empresa o contratación directa por la filial).
3. Personas que se trasladan para negociar un contrato de servicios (vendedores de servicios), negociar la constitución/adquisición de un establecimiento que preste servicios (personas encargadas del establecimiento de una presencia comercial), comercializar un servicio, etc.

Por consiguiente, el modo 4 no se limita a las personas extranjeras que participan directamente en la prestación de un servicio (que en general se mediría como comercio de servicios en la balanza de pagos), sino que también abarca a aquellas cuya presencia en el extranjero es determinante para la prestación de un servicio.

Es fundamental recalcar la importancia del carácter transitorio o temporal de la presencia, quedando excluidas del AGCS las medidas en materia de ciudadanía, migración, etc. La presencia física se produce al obtener la entrada para realizar una tarea; cuando se haya realizado la misma, la persona física deberá salir del país. El AGCS no especifica los plazos para calificar como temporal la presencia física. En la práctica, estos plazos se definen en las listas de compromisos de los países miembros. La duración máxima de la estancia relacionada al modo 4 que se indica en las listas varía aproximadamente entre 3 meses en el caso de los vendedores de servicios o las personas encargadas del establecimiento de una presencia comercial, y de dos a cinco años cuando se trata de personal transferido dentro de la misma empresa. Sin embargo, en los sistemas estadísticos internacionales la distinción entre la presencia temporal y permanente se determina generalmente por la regla del plazo de un año, que distingue entre los residentes y no residentes de una economía.

En cuanto a los indicadores del comercio de servicios del modo 4, el siguiente cuadro sintetiza la vinculación entre los diferentes tipos de suministro a través del movimiento de personas con los sistemas estadísticos existentes.

Recuadro IV.1: Diferentes tipos de presencia en el modo 4, desde el punto de vista del país receptor

Categorías	Cobertura estadística: valor de los servicios	Cobertura estadística: número de personas físicas
I. Contratos de servicios, prestados en el país anfitrión por un proveedor extranjero o por sus empleados que entren en la economía anfitriona para prestar un servicio.	Balanza de pagos: transacciones de servicios entre residentes y no residentes, principales componentes de <i>servicios</i> del MBP5.	Estadísticas de turismo y migración (no migrantes) sobre <i>viajeros por motivos de negocios</i> ; ajustes por categorías de personas, duración (más de un año) o tipos de servicios.
II. Contratos de empleo (no permanentes) para extranjeros, en todas las empresas nacionales (<u>carecen de interés para evaluar el modo 4</u>).	Balanza de pagos: <i>Remuneración de los empleados y remesas de los trabajadores</i> ; ajustes para el desglose por sectores y la duración.	Estadísticas de migración para migrantes de corta y larga duración; ajustes por categoría de personas, duración, desglose por sectores.
a) de los cuales en empresas de servicios residentes propiedad o bajo control de extranjeros (transferencias dentro de la empresa o contratación directa por la filial extranjera).	<u>No pertinente</u> : los servicios se prestan en el modo 3: presencia comercial.	Subconjunto de los elementos mencionados <i>supra</i> ; por ejemplo, se podrían obtener mediante el registro del comercio de servicios de filiales extranjeras; ajustes por duración, desglose por sectores.
III. Venta de servicios (intento de establecer relaciones contractuales para un contrato de servicios) y establecimiento de una presencia comercial.	<u>No pertinente: no existe comercio de servicios en esta etapa.</u>	Estadísticas de turismo y migración (no migrantes) sobre <i>viajeros por motivos de negocios</i> ; ajustes por categorías de personas, duración (más de un año), tipos de servicios.

Fuente: Módulo de formación del Banco Mundial

En síntesis, sólo es pertinente la medición de la categoría I: proveedores de servicios por cuenta propia y los empleados de un proveedor de servicios extranjero que entran en la economía anfitriona del cliente para producir o prestar directamente un servicio. En el caso de transferencias dentro de una empresa y de las personas extranjeras empleadas directamente por la filial extranjera, el suministro del servicio se lleva a cabo en el modo 3.

El valor del comercio de servicios en el modo 4 queda abarcado casi en su totalidad (junto con los modos 1 y 2) en los componentes de servicios del MBP5 y la CABPS. Los componentes de servicios del MBP5 y la CABPS más significativos en el Modo 4 son los servicios de informática y de información, otros servicios empresariales, servicios personales, culturales y recreativos, y construcción.

Indicadores del comercio de servicios extraídos de la Balanza de Pagos

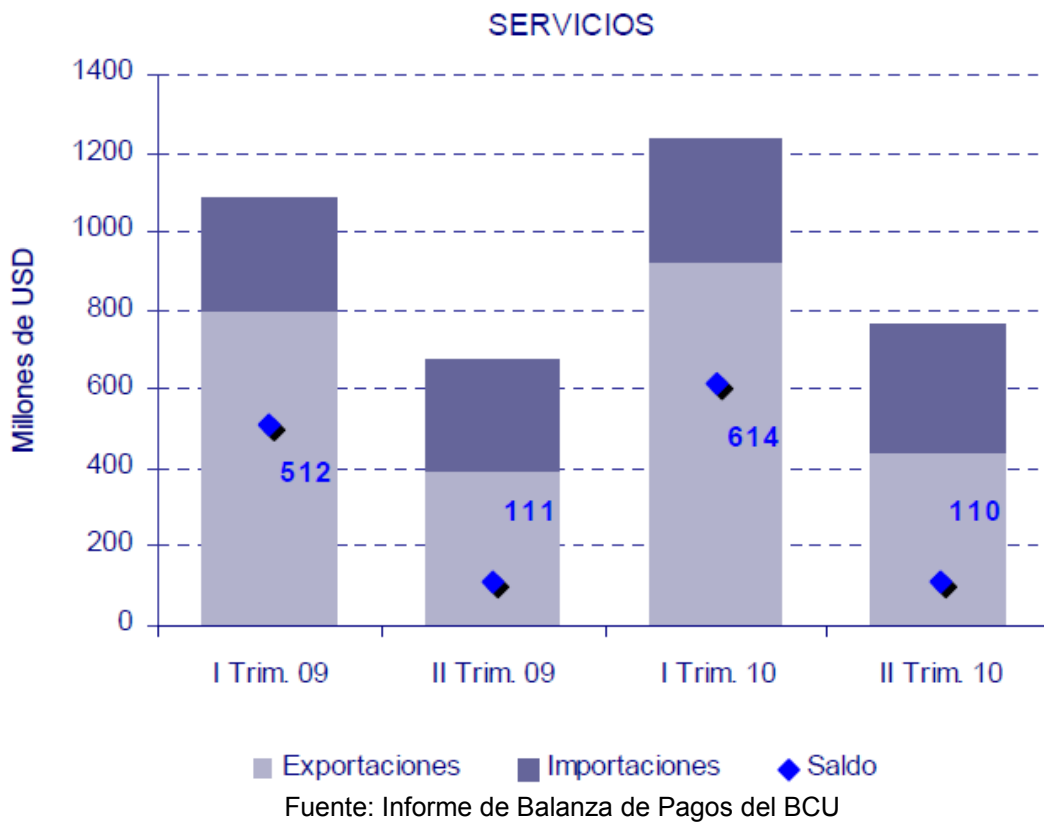
Saldo de la Balanza de Servicios (SBS)

SBS = Exportaciones de Servicios – Importaciones de Servicios

Este indicador simple refleja el superávit (si SBS > 0) o déficit (si SBS < 0) de la cuenta de servicios de una economía.

A continuación se exponen datos históricos de a Balanza de Servicios del Uruguay, extraídos de la información publicada por el BCU (Banco Central del Uruguay).

Uruguay - Balanza de Servicios
Comparativo primeros dos trimestres 2009-2010



Comercio Internacional de Servicios – Capítulo I: Aspectos generales

CÁLCULO DE INDICADORES DEL COMERCIO DE SERVICIOS EN URUGUAY											
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
SALDO BALANZA COMERCIAL:	-533.09	-459.49	201.54	318.47	478.27	392.62	-89.90	157.96	-897.62	763.50	975.67
SALDO BALANZA DE BIENES:	-927.32	-775.32	48.26	183.43	152.78	20.82	-498.65	-545.49	-1,711.26	-271.11	251.26
SALDO BALANZA DE SERVICIOS:	394.24	315.84	153.28	135.05	325.48	371.80	408.75	703.44	813.64	1,034.61	724.42
EXPORTACIONES DE SERVICIOS	1,275.82	1,122.54	771.33	771.34	1,111.56	1,311.28	1,387.43	1,833.45	2,276.44	2,168.33	1,362.02
IMPORTACIONES DE SERVICIOS	881.59	806.71	618.05	636.30	786.08	939.48	978.68	1,130.01	1,462.81	1,133.72	637.61
COMPOSICIÓN SECTORIAL											
	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
SALDO BALANZA DE SERVICIOS	394.24	315.84	153.28	135.05	325.48	371.80	408.75	703.44	813.64	1,034.61	724.42
EXPORTACIONES:	1,275.82	1,122.54	771.33	771.34	1,111.56	1,311.28	1,387.43	1,833.45	2,276.44	2,168.33	1,362.02
Transportes	374.35	312.37	265.13	258.79	379.01	464.83	480.86	562.26	672.44	341.16	202.08
Viajes	712.78	610.53	350.91	344.67	493.92	594.43	597.76	808.89	1,051.36	1,312.12	893.40
Otros servicios	188.69	199.64	155.30	167.89	238.62	252.02	308.80	462.30	552.64	515.05	266.54
IMPORTACIONES:	881.59	806.71	618.05	636.30	786.08	939.48	978.68	1,130.01	1,462.81	1,133.72	637.61
Transportes	399.47	354.92	259.81	264.64	353.03	419.05	449.71	549.52	650.34	447.15	259.27
Viajes	281.43	257.02	177.58	168.77	193.62	251.68	213.23	239.31	357.52	336.08	200.15
Otros servicios	200.69	194.77	180.66	202.89	239.43	268.75	315.74	341.18	454.94	350.49	178.19
PARTICIPACIÓN SECTORIAL											
TOTAL DE EXPORTACIONES	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
Transportes	29.34%	27.83%	34.37%	33.55%	34.10%	35.45%	34.66%	30.67%	29.54%	15.73%	14.84%
Viajes	55.87%	54.39%	45.49%	44.68%	44.44%	45.33%	43.08%	44.12%	46.18%	60.51%	65.59%
Otros servicios	14.79%	17.78%	20.13%	21.77%	21.47%	19.22%	22.26%	25.21%	24.28%	23.75%	19.57%
TOTAL DE IMPORTACIONES	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%
Transportes	45.31%	44.00%	42.04%	41.59%	44.91%	44.60%	45.95%	48.63%	44.46%	39.44%	40.66%
Viajes	31.92%	31.86%	28.73%	26.52%	24.63%	26.79%	21.79%	21.18%	24.44%	29.64%	31.39%
Otros servicios	22.76%	24.14%	29.23%	31.89%	30.46%	28.61%	32.26%	30.19%	31.10%	30.92%	27.95%
% RESPECTO AL TOTAL DE EXPORTACIONES											
TOTAL DE EXPORTACIONES	3,659.6	3,262.0	2,693.4	3,052.5	4,256.6	5,085.4	5,787.2	6,933.4	9,371.9	8,557.2	5,280.1
EXPORTACIONES DE SERVICIOS	1,275.82	1,122.54	771.33	771.34	1,111.56	1,311.28	1,387.43	1,833.45	2,276.44	2,168.33	1,362.02
	34.86%	34.41%	28.64%	25.27%	26.11%	25.79%	23.97%	26.44%	24.29%	25.34%	25.80%
% RESPECTO AL TOTAL DE IMPORTACIONES											
TOTAL DE IMPORTACIONES	4,192.7	3,721.5	2,491.9	2,734.1	3,778.3	4,692.7	5,877.1	6,775.4	10,269.5	7,793.7	4,304.39
IMPORTACIONES DE SERVICIOS	881.59	806.71	618.05	636.30	786.08	939.48	978.68	1,130.01	1,462.81	1,133.72	637.61
	21.03%	21.68%	24.80%	23.27%	20.81%	20.02%	16.65%	16.68%	14.24%	14.55%	14.81%
% RESPECTO AL TOTAL DEL COMERCIO DE SERVICIOS											
COMERCIO TOTAL DE SERVICIOS	5,468.52	4,844.07	3,263.19	3,505.40	4,889.86	6,004.02	7,264.57	8,608.85	12,545.97	9,962.04	5,666.42
EXPORTACIONES	1,275.82	1,122.54	771.33	771.34	1,111.56	1,311.28	1,387.43	1,833.45	2,276.44	2,168.33	1,362.02
	23.33%	23.17%	23.64%	22.00%	22.73%	21.84%	19.10%	21.30%	18.14%	21.77%	24.04%
IMPORTACIONES	881.59	806.71	618.05	636.30	786.08	939.48	978.68	1,130.01	1,462.81	1,133.72	637.61
	16.12%	16.65%	18.94%	18.15%	16.08%	15.65%	13.47%	13.13%	11.66%	11.38%	11.25%
% RESPECTO AL TOTAL DEL COMERCIO											
COMERCIO TOTAL BIENES Y SER	7,852.30	6,983.56	5,185.26	5,786.59	8,034.86	9,778.10	11,664.38	13,708.76	19,641.44	16,350.92	9,584.46
EXPORTACIONES DE SERVICIOS	1,275.82	1,122.54	771.33	771.34	1,111.56	1,311.28	1,387.43	1,833.45	2,276.44	2,168.33	1,362.02
	16.25%	16.07%	14.88%	13.33%	13.83%	13.41%	11.69%	13.37%	11.59%	13.26%	14.21%
IMPORTACIONES DE SERVICIOS	881.59	806.71	618.05	636.30	786.08	939.48	978.68	1,130.01	1,462.81	1,133.72	637.61
	11.23%	11.55%	11.92%	11.00%	9.78%	9.61%	8.39%	8.24%	7.45%	6.93%	6.65%
TOTAL COMERCIO DE SERVICIOS	5,468.52	4,844.07	3,263.19	3,505.40	4,889.86	6,004.02	7,264.57	8,608.85	12,545.97	9,962.04	5,666.42
	69.64%	69.36%	62.93%	60.58%	60.86%	61.40%	62.28%	62.80%	63.88%	60.93%	59.12%
COMERCIO DE SERVICIOS (EXPORTACIONES + IMPORTACIONES DE SERVICIOS)											
% RESPECTO AL PBI	9.45%	9.23%	10.21%	11.69%	13.87%	12.96%	11.95%	12.35%	11.67%	9.01%	

Fuente: elaboración propia

Durán y Álvarez, en el ya citado informe para la CEPAL, elaboran una serie de coeficientes para la medición de los servicios, que citamos a continuación:

Coeficientes de servicios a partir de información de la balanza de pagos

Algunos coeficientes de servicios	Formas de cálculo
Exportaciones de servicios en el PIB	$\left(\frac{Xs_{it}}{PIB_{it}} \right) * 100$ (13)
Importaciones de bienes y servicios	$\left(\frac{Ms_{it}}{PIB_{it}} \right) * 100$ (14)
Exportaciones de servicios en el total exportado	$\left(\frac{Xs_{it}}{Xbys_{it}} \right) * 100$ (15)
Importaciones de servicios en el total importado	$\left(\frac{Ms_{it}}{Mbys_{it}} \right) * 100$ (16)
Participación de los servicios en el total de los intercambios comerciales	$\left[\frac{(Xs_{it} + Ms_{it})}{(Xbys_{it} + Mbys_{it})} \right] * 100$ (17)

Fuente: Elaboración propia de los autores.

Extraído de “Indicadores de comercio exterior y política comercial” – CEPAL

Explicación de las fórmulas:

(13) Es el cociente del total de exportaciones de servicios entre el PIB (Producto Interno Bruto)

(14) Es el cociente del total de importaciones de servicios entre el PIB (Producto Interno Bruto).

(15) Es el total de exportaciones de servicios entre el total de exportaciones.

(16) Es el total de importaciones de servicios entre el total de importaciones.

(17) Es el cociente de la suma de exportaciones e importaciones de servicios entre la suma del total de exportaciones e importaciones.

Estas medidas reflejan la incidencia del comercio de servicios en el PIB de la economía. Cuanto mayor sea el coeficiente, mayor será el grado de internacionalización de la economía tanto en términos de PIB como del conjunto de las exportaciones (incluidos los servicios). En este último caso, con un coeficiente alto, la economía en cuestión tiene mayores ventajas comparativas en la provisión de servicios comerciales.

Complementariamente, los autores elaboran un indicador derivado: la posición neta del coeficiente de exportaciones e importaciones de servicios frente al PIB.

Siendo SBS (Saldo Balanza de Servicios) = $X_s - M_s$, donde X_s son las exportaciones de servicios, y M_s las importaciones de servicios.

Entonces,

$$(X - M) / PIB = \% \text{ de la posición neta frente al PIB}$$

Un valor negativo de este coeficiente refleja la magnitud del déficit de la cuenta de servicios en términos del PIB; de lo contrario, un saldo positivo refleja la proporción del superávit de la balanza comercial de servicios respecto al PIB.

Grado de diversificación exportadora de servicios

La medida tradicional para analizar el mayor o menor grado de diversificación exportadora de servicios es el cálculo de un indicador sintético. El más utilizado y popular es el denominado Índice de Herfindahl, el mismo que se calcula sumando las participaciones al cuadrado de cada sector, o participación de un país en el total de las exportaciones de servicios.

IH es un indicador del grado de concentración-desconcentración del mercado. Por ejemplo, si un mercado es un monopolio, habrá una sola firma oferente en la industria, dicha firma tendrá una participación del 100% en el mercado; por lo tanto, el IH sería igual a 10.000 (100 al cuadrado). Si, por el contrario, hubiera cientos de firmas compitiendo, cada una de ellas tendría una participación cercana al 0% del mercado, por lo cual el IHH sería cercano a 0.

Este coeficiente se calcula de la siguiente forma:

$$IH = \sum s_{it}^2$$

Este coeficiente es la sumatoria de las participaciones de cada sector en la canasta de servicios exportadora total (s) al cuadrado. Entonces, $s_{it} = X_{si} / X_T$.

Se recomienda que este indicador sea corregido por el número de sectores y/o países, sobretodo porque cuando se trata de unos pocos sectores, con alguno con un peso relativo mayor en el total, el índice tiende a ser más alto. Para evitar dicho sesgo, se recomienda la normalización del índice, en cuyo caso, el indicador se denomina Índice Herfindhal Hirschmann (IHH), que no es más que el

resultado de la sumatoria de las participaciones al cuadrado de cada sector de servicios en el total (IH), normalizado en el total de los sectores con información disponible, n en la siguiente fórmula:

$$IHH = \frac{\left(\sum_{j=1}^n s_j^2 - \frac{1}{n} \right)}{1 - \frac{1}{n}}$$

Se considera que un índice mayor de 0,18 refleja un mercado concentrado, entre 0,10 y 0,18 un mercado moderadamente concentrado, y menor de 0,10 un mercado diversificado.

Participación de mercado de las exportaciones de servicios

De manera análoga a la medición del comercio de bienes, es posible medir la participación de las exportaciones de un sector de servicios en particular respecto al total de la demanda mundial.

La fórmula es la siguiente:

$$pmxs_{it}^s = \frac{XS_{it}^s}{MS_{wr}^s}$$

Este coeficiente mide el grado de participación de mercado de las exportaciones de servicios del sector s en el total de las importaciones mundiales de servicios MS_{wr} en un año determinado. En el denominador del cociente se toma en cuenta el total de las importaciones mundiales de servicios del sector considerado, ya que son éstas las que aproximan las compras totales de servicios por parte de los demandantes. Este indicador devuelve el porcentaje de la participación de las exportaciones de un sector de servicios con relación a la demanda total mundial de dicho sector.

Otros investigadores prefieren utilizar el total de las exportaciones de servicios a nivel mundial, en vez de las importaciones, como aproximación de la demanda total.

Si en vez de calcular este coeficiente para un sector en particular, quisiéramos calcularlo para el total de las exportaciones de servicios de un país en un período determinado, la fórmula sería la siguiente:

$$pmxs_{it} = \sum_{s=1}^n \frac{XS_{it}^s}{MS_{wt}^s}$$

El número resultante representa la participación de mercado del país *i* en la demanda mundial de servicios. Si utilizáramos las exportaciones en el denominador del cociente, este indicador reflejaría la participación de las exportaciones nacionales en la oferta mundial de servicios.

Participación de mercado de servicios y competitividad

La medida anterior puede ser utilizada en forma simple para inferir conclusiones respecto a la evolución de la participación de las exportaciones de un sector de servicios en particular en la demanda mundial de servicios de dicho sector (ya sea se utilicen las importaciones o las exportaciones como medida de aproximación) a lo largo del tiempo.

La evolución de la participación está vinculada a la evolución de competitividad de las exportaciones de servicios del sector objeto de estudio. La fórmula es sencilla y se transcribe a continuación:

$$\Delta pmxs_i^s = pmxs_{i(t+1)}^s - pmxs_{it}^s$$

Donde *t* es el año de referencia inicial del análisis, y *t* + 1 el año de comparación, o segundo período para el que se realiza el cálculo.

El resultado de esta medida es el porcentaje de variación en el período más reciente (*t* + 1) respecto al período base (*t*). Puede ser negativo, reflejando una caída en la participación de las exportaciones de servicios del sector “*s*”, o, por el contrario, positivo, evidenciando un aumento. Este indicador es también una medida del aumento o disminución de la competitividad del sector “*s*” a nivel mundial. Se recomienda utilizar períodos más o menos amplios para el análisis de los cambios de la participación sectorial, quinquenios o décadas, más que años corridos, ya que dichos cambios en la estructura normalmente no se realizan en forma inmediata, sino que se producen suavemente en el tiempo, salvo casos excepcionales.

Los investigadores recurren al uso de técnicas econométricas de funciones de determinantes de esta variable para encontrar la explicación del porqué se produjeron los cambios favorables o deventajosos de competitividad. La ecuación es la siguiente:

$$g(\text{pmxs}) = \alpha + \beta_1 y_i + \beta_2 n_i + \beta_3 rp_i + \beta_4 \text{IEIED}_i + \beta_5 \text{Edu} + \dots \beta_n X_n + e$$

Donde:

- $g(\text{pmxs})$ es la mediana del crecimiento de la participación de mercado de las distintas ramas de servicios;
- una constante alfa;
- las betas sub 0, 1, 2, son los coeficientes a ser explicados por el modelo;
- “ y ” es el nivel de producto del país “ i ”;
- “ n ” es la población;
- “ rp ” es el riesgo país;
- “ IEIED ” es un índice de entradas efectivas de inversión extranjera directa;
- “ Edu ” es el nivel de educación del país en cuestión, etc.

A esta lista se le pueden agregar muchas más variables explicativas, cuya inclusión o no dependerá del rigor y la conveniencia práctica y técnica del investigador; eso se quiere indicar con la variable X_n . Finalmente, el modelo incluye un término residual, o de error, que captará todas las variables explicativas no incluidas en la estimación. Se sugiere tomar variables en logaritmo por la facilidad de interpretación de los coeficientes que pasan a ser expresados en elasticidades.

Índice de especialización

Este índice de especialización relaciona el peso porcentual del comercio en cada servicio i respecto al total de servicios en el país p en relación con idéntico porcentaje de un grupo de países P . Entendemos por comercio al comercio total de servicios: la suma de exportaciones e importaciones.

$$\text{IE} = (\text{Com } i,p / \text{Com } p) / (\text{Com } i,P / \text{Com } P)$$

La especialización tiene lugar cuando el índice arroja un resultado superior a 1.

Ejemplo de la medición del comercio de servicios

A diferencia del comercio de bienes, para cuya medición existen datos precisos recabados por organismos centralizados, tales como las aduanas, en el caso de los servicios –ante la inexistencia de estos entes- se recurre a diferentes fuentes y métodos para obtener datos. Por ejemplo, para el caso del turismo, se multiplica una suma aproximada de gasto por la cantidad de turistas que arriban al país. En otros casos, se utilizan estadísticas espejo, que consisten en solicitar a los socios comerciales las estadísticas de sus exportaciones al país que está realizando la compilación, ya que son más exactas; de ese modo, el país importador puede ver sus importaciones y comparar con otros métodos de estimación.

A modo de ejemplo, parece interesante conocer algunos aspectos de la metodología aplicada por los Estados Unidos para la recolección de datos y su compilación a los efectos de la medir el comercio de servicios.

Estados Unidos basa la estructura de sus datos en las recomendaciones del Manual de Balanza de Pagos versión 5, pero con algunas variaciones y redistribuyendo las categorías. Fue el primer país en recolectar estadísticas de servicios en gran escala y cuentan con el mejor sistema de estadísticas FATS (Foreign Affiliates Trade in Services). Estados Unidos aplica encuestas al universo de empresas comprendidas en esta estadística, para las cuales la contestación es obligatoria.

Estas encuestas comenzaron en la década de 1980 y tardaron en perfeccionarse, logrando una frecuencia semestral en 2007. Actualmente trata de cubrir la mayor cantidad de servicios y, desde 2006, se integra mejor el comercio intra-firma, para evitar duplicar la información.

También se compilan datos sobre inversión directa en el extranjero desde 1950, aunque recién a fines de 1970 se volvió una práctica regular y detallada, a partir de la obligatoriedad y confidencialidad establecida por la ley. Se recolectan datos de inversión extranjera directa (inward) suministrados por las filiales. En cuanto a la inversión directa en el extranjero (outward) se consolida una base con los reportes de todas las matrices (para sacar el comercio intra-firma), y de las filiales en el extranjero (que son más difíciles de consolidar).

Diversos organismos del gobierno aportan datos: Departamento de Transporte, Departamento del Tesoro, Departamento de Homeland Security, Bureau de Censo, el Cuerpo de Ingenieros del Ejército.

Además, se utilizan estadísticas suministradas por países socios; por ejemplo, con México y Canadá para la categoría Viajes, y con Canadá para los servicios de computación.

Finalmente, veamos la metodología utilizada en el Uruguay para medir el comercio de servicios. De acuerdo con las notas metodológicas de la Balanza de Pagos y Posición de Inversión, año 2006, destacamos los siguientes aspectos:

- Se elabora siguiendo las recomendaciones del Manual de Balanza de Pagos versión quita editado por el Fondo Monetario Internacional. Su compilación es mensual y su publicación es trimestral.
- Principales fuentes de datos: registros aduaneros, encuestas realizadas por el Banco Central del Uruguay, información contable, registros de deuda pública, y datos del BIS (Banco de Pagos Internacionales, Basilea).
- En los servicios se utiliza la CABPS (Clasificación Ampliada de Balanza de Pagos de Servicios).
- Los datos correspondientes a fletes de importación son obtenidos directamente de los documentos aduaneros; los servicios de seguros y financieros, de la información contable que las empresas radicadas en Uruguay están obligadas a presentar al BCU; el resto de los servicios se obtienen de encuestas a los productores o sus agentes con una periodicidad trimestral para los datos preliminares y anual para los definitivos.
- Para los viajes, el Ministerio de Turismo realiza, en coordinación con el BCU, un relevamiento continuo en todos los puestos fronterizos del país, con la finalidad de estimar el gasto de los viajeros no residentes que visitan Uruguay y de los residentes uruguayos que viajan al exterior. Los datos obtenidos son elevados tomando en cuenta tomando como marco de referencia la información que proporciona la Dirección Nacional de Migración. La encuesta proporciona adicionalmente información sobre otras variables tales como la residencia del visitante, la apertura del gasto por grandes rubros, los lugares de destino, el tipo de alojamiento, etc. A la información de la encuesta se le adiciona al crédito un estimativo por el alquiler imputado a los propietarios no residentes de viviendas en la zona balnearia de Punta del Este por el período de su estadía.

La medición de las barreras al comercio de servicios

La medición del comercio de servicios es una herramienta estadística fundamental en la cual apoyarse al tomar decisiones de política comercial. De igual modo, la medición de las barreras al comercio de servicios resulta ser fundamental, presentando sus particularidades y dificultades.

La principal dificultad radica en que dichas barreras son básicamente no arancelarias (NTB's). El objetivo de los investigadores que han desarrollado diversas metodologías de medición ha sido determinar una tasa de tarifa equivalente para cada uno de los modos de suministro, teniendo en cuenta que las barreras susceptibles de ser medidas son justamente no arancelarias. Esta naturaleza no arancelaria dificulta tanto su detección como su medición, ya que están ocultas y, generalmente, no están expresadas, a diferencia de los aranceles de importación de los bienes, en un porcentaje determinado. Es por ello que resulta muy útil y clarificador contar con una tarifa equivalente de las barreras no arancelarias expresada en forma de porcentaje.

Entre los métodos utilizados más comúnmente se encuentran:

- Comparación de los precios a los cuales dichos servicios son comercializados en diferentes países (direct price comparison).
- Solicitud de información a los gobiernos. Este es un mecanismo directo que consiste en preguntar a los gobiernos u organismos gubernamentales cuáles son las barreras. La información recibida es usualmente cualitativa, revelando la presencia o ausencia de algún tipo particular de barrera. Sin embargo, esta información no tiene un carácter cuantitativo que permita medir el tamaño ni los efectos de las barreras. Para ello, los investigadores tabulan la información recibida por sector, con ponderaciones subjetivas. De este modo, construyen medidas de frecuencia que indican qué sectores o fracciones de los mismos están sujetos a dichas barreras. Las medidas de frecuencia no aportan información sobre una tasa de tarifa equivalente; no obstante, otros analistas han logrado realizar la conversión a los efectos del análisis cuantitativo.
- Otros métodos indirectos que pueden subdividirse en dos tipos: aquellos que utilizan información acerca de los precios y/o costos, y otros que observan cantidades de comercio o producción e intentan inferir cómo las barreras al comercio han afectado esas cantidades. En ambos casos, el supuesto básico es la elasticidad con que responden las cantidades ante cambios en los precios. Los resultados obtenidos por cualquiera de las dos metodologías pueden ser convertidos para obtener el resultado que se alcanzaría con la otra. Asimismo, ambos resultados (medidas de precio y cantidad) pueden ser convertidos en tarifas equivalentes.

Si bien no es el objetivo del presente trabajo profundizar en la gran diversidad de metodologías desarrolladas y, dada la complejidad de las mismas, a continuación se presenta una reseña de los trabajos realizados por diferentes investigadores sobre el tema.

Barreras a la inversión extranjera directa:

Restricciones de acceso al mercado	Prohibición de invertir en ciertos sectores. Restricciones cuantitativas (por ej.: límite del 25% de inversión extranjera en el sector. Investigación y aprobación. Restricciones a las formas legales admitidas para la entidad extranjera. Requerimientos mínimos de capital. Requisitos en cuanto a la localización. Impuestos de ingreso.
Restricciones en cuanto a la propiedad y al control	Obligatoriedad de asociarse con inversores locales.

Comercio Internacional de Servicios – Capítulo I: Aspectos generales

	<p>Límite al número de miembros extranjeros en el Directorio de la sociedad.</p> <p>Designación por parte del gobierno de miembros del Directorio.</p> <p>Requerimiento de la aprobación del gobierno para ciertas decisiones.</p> <p>Restricciones a los derechos de los accionistas extranjeros.</p> <p>Obligatoriedad de transferir parte de la propiedad o el control a inversores locales.</p>
Restricciones operativas	<p>Requerimientos de desempeño.</p> <p>Restricciones a la importación de trabajo, capital o materias primas.</p> <p>Permisos de operación y licencias.</p> <p>Topes a los royalties.</p> <p>Restricciones al giro de capitales o beneficios.</p>

Fuente: UNCTAD

BIBLIOGRAFÍA DEL CAPÍTULO III:

Documento elaborado por el Instituto Nacional de Estadística – España

MECIS – Manual de Estadísticas de Comercio Internacional de Servicios – OMC (Organización Mundial de Comercio) - 2002

Revisión del Manual de Balanza de Pagos, 5ta, edición (Reseña Comentada) – FMI (Fondo Monetario Internacional) – Abril 2004

Indicadores de Comercio Exterior y Política Comercial: Análisis y Derivaciones de la Balanza de Pagos – José Durán Lima, Mariano Álvarez – CEPAL (Centro de Estudios para América Latina) – Mayo 2009

La Medición del Comercio de Servicios – OMC – Módulo de formación – Diciembre 2008

Presentación “Measuring Trade in Services”, módulo de capacitación – OMC (Organización Mundial de Comercio)

Factores determinantes de la competitividad de los servicios: la importancia de la innovación, José Molero Zayas – Patricia Veladez Sánchez, Publicación de la Revista ICE, Julio-Agosto 2005, Nro. 824

Factores explicativos del comercio de servicios en Europa, Andrés Maroto Sánchez – Gisela Di Meglio – Stéfano Visintin – Luis Rubalcaba Bermejo, Publicación de la Revista ICE, Septiembre-October 2008, Nro. 844

CAPÍTULO IV: ASPECTOS TRIBUTARIOS DEL COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS

PROBLEMÁTICA ACTUAL

En la actualidad se observa, en especial en los países desarrollados, una marcada tendencia hacia la digitalización de las operaciones comerciales. Las perspectivas de mediano plazo vislumbran un crecimiento mayor de la participación de esta modalidad en el total de las transacciones comerciales de bienes y servicios. El comercio electrónico no tiene fronteras: es posible realizar transacciones de bienes y servicios desde y hacia cualquier parte del planeta con gran facilidad y rapidez. Las nuevas tecnologías han permitido expandir los mercados a los que cualquier proveedor de bienes y servicios puede acceder. Los consumidores recurren cada vez más a este medio para obtener información, acceder a bienes y servicios, y realizar operaciones de forma segura. Sin embargo, esta expansión del comercio podría escapar a las regulaciones y controles tributarios. Estamos en presencia de lo que podríamos denominar como “comercio informal digital”, fenómeno generado por el avance tecnológico y de las comunicaciones, y la dinámica de los negocios, y facilitado por la falta de regulación y control tributario internacionales.

Este incremento del comercio electrónico ha preocupado a los gobiernos, pues representa un riesgo potencial y real de erosión de los ingresos del Estado. La realidad indica que numerosas transacciones que antes se realizaban de forma convencional y estaban sujetas a las cargas y controles tributarios habituales, ahora encuentran un medio que potencialmente permitiría evadir y/o eludir los impuestos correspondientes. El medio virtual escapa a las definiciones convencionales de territorialidad física, exigiendo criterios tributarios innovadores y a la vez viables y pragmáticos. La disponibilidad de tecnologías ha permitido el desarrollo de nuevos modelos de negocios y metodologías para llevar adelante el comercio internacional: pasamos de los clásicos comprobantes físicos a los digitales, del dinero físico al dinero electrónico, del formato físico de los bienes al formato digital, de la logística basada en el envío físico de bienes al envío electrónico, de la necesidad de traslado de clientes y/o proveedores al traslado del servicio en sí mismo, de los controles aduaneros a la inexistencia de fiscalización sobre el ingreso y salida de bienes y servicios digitales, de la seguridad física a la seguridad electrónica, de la auditoría convencional a la auditoría de transacciones electrónicas, de la constitución tradicional de empresas a la creación de empresas “virtuales” que pueden operar sin ningún tipo de requisitos ni restricciones en cualquier jurisdicción, etc. Y así podría seguir enumerando diversos aspectos en los cuales es necesario adaptar las normas (leyes y reglamentos) y los mecanismos de control tributarios.

Generalmente, los entes del Estado no están a la vanguardia en cuanto al desarrollo e implementación de nuevas tecnologías informáticas. Sus estructuras tienden a ser más rígidas y requieren un período relativamente

extenso de adaptación a este tipo de cambios, por lo cual siempre están rezagados, reaccionando a más que anticipando las tendencias de los

negocios. Por otro lado, la dinámica y competencia del comercio internacional, a las cuales las empresas del sector privado tienen que adaptarse, les exige a éstas una rápida respuesta a los cambios del mercado y una búsqueda constante de “zonas grises” o “lagunas legales” que puedan aprovechar.

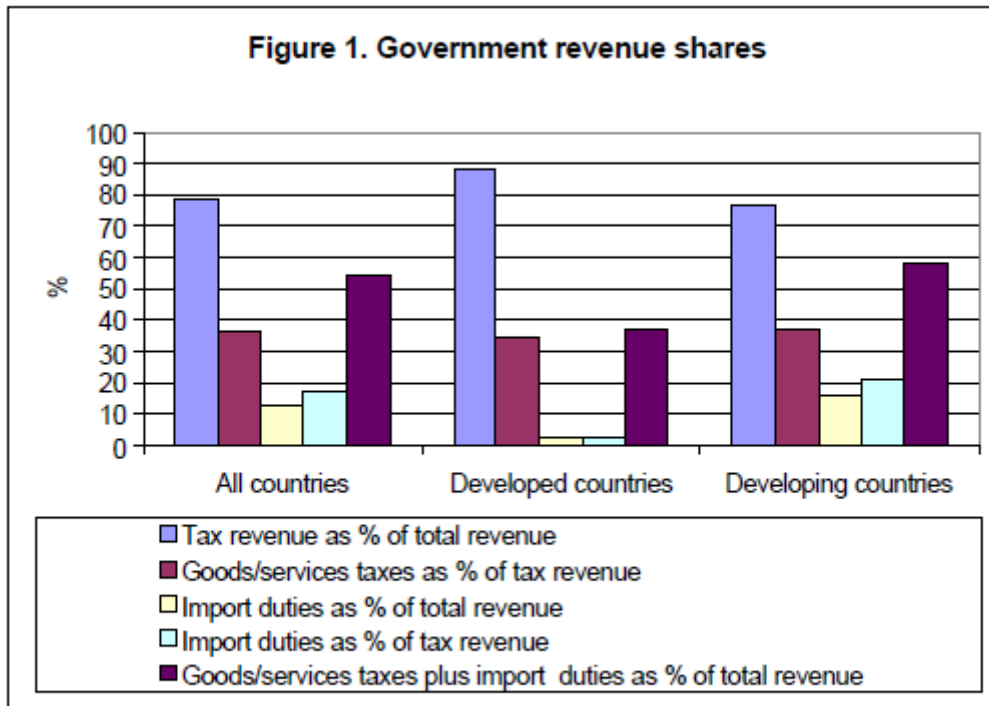
El medio digital constituye un ámbito nuevo y difícil de controlar para las autoridades tributarias por varias razones: no existe un marco legal ajustado a la realidad; la dinámica de la tecnología y los negocios es mucho más veloz que la reacción de las legislaciones ante tales cambios; la aplicación de las normas y los criterios fiscales encuentran dificultades en la práctica; la fiscalización de los contribuyentes, especialmente los no residentes y los no constituidos de forma regular, y de sus operaciones presenta dificultades prácticas, ya que no quedan evidencias fehacientes de las transacciones y de los partes intervinientes en las mismas; y también existen intereses económicos muy fuertes a escala mundial para que esta situación no se regularice.

Collin Lau y Andrew Halkyard, en su artículo “From E-commerce to E-Business Taxation”, señalan algunos retos prácticos para las autoridades tributarias:

- Identificar al contribuyente, en especial cuando la transacción se realiza a través de Internet.
- Identificar riesgos de auditoría y hallar pistas o rastros de las transacciones como evidencia de que las mismas se realizaron.
- Obtención de acceso para verificar información y documentos, muchas veces soportados por medios digitales y no físicos y almacenados en servidores ubicados fuera de la jurisdicción.
- Obtener acceso a datos encriptados o protegidos con complejos sistemas de seguridad.
- Desarrollar respuestas para verificar las transacciones con dinero electrónico (e-cash).
- Desarrollar mecanismos efectivos y eficientes de recaudación, en especial para no residentes.

De acuerdo con la información estadística presentada por la UNCTAD en “Tariffs, Taxes and Electronic Commerce: Revenue Implications for Developing Countries”, la especie tributaria impuestos representa la principal fuente de ingresos estatales a nivel mundial, tanto para los países desarrollados como aquellos en vías de desarrollo, alcanzando el 80% del total de los ingresos. Otro dato estadístico destacado es que los impuestos al consumo y a las importaciones representan el 60% en los países en desarrollo en comparación con el 35% de los países desarrollados, en los cuales el peso de los impuestos directos es mucho más significativo. Al interior del grupo de países desarrollados, se puede apreciar una diferencia entre Estados Unidos y la Unión Europea: la porción de los ingresos estatales provenientes de impuestos al consumo en los países europeos es mayor que en los Estados Unidos, en el

orden del 12% del PIB en comparación con el 4,5% del PBI. Estadísticas adicionales pueden ser extraídas de los siguientes cuadros.



Fuente: Anexo "Tariffs, Taxes and Electronic Commerce: Revenue Implications for Developing Countries", estadísticas año 1999.

Table W4. Revenue Categories: General and Central Government*(Percent of GDP)*

			Taxes									
			Taxes on Income, Profits, & Capital Gains	Taxes on Payroll and Work Force	Taxes on Property	Taxes on Goods and Services	Taxes on Inter- national Trade	Other Taxes	Total	Social Contri- butions	Grants	Other Revenue
General Government												
Advanced Economies												
Euro Area												
122	Austria.....	2007	12.84p	2.40p	0.58p	11.81p	—p	—p	27.63p	15.75p	0.11p	4.38p
124	Belgium.....	2006	15.89p	—p	3.17p	11.14p	—p	0.04p	30.24p	15.63p	0.13p	2.46p
423	Cyprus.....	2007	22.57p	1.56p	2.64p	29.48p	0.58p	0.80p	57.63p	13.09p
172	Finland.....	2007	16.93p	—p	1.12p	12.76p	—p	—p	30.81p	12.03p	0.23p	9.62p
132	France.....	2007	10.46p	1.19p	4.55p	10.77p	0.01p	-0.22p	26.76p	18.02p	0.09p	4.83p
134	Germany.....	2007	12.52	—	0.85	10.59	—	—	23.96	16.50	0.18	3.30
174	Greece.....	2007	7.49p	—p	0.98p	11.36p	0.02p	0.31p	20.15p	13.95p
178	Ireland.....	2007	12.31p	—p	0.83p	11.18p	0.01p	1.66p	26.00p	6.27p
136	Italy.....	2007	14.81p	—p	0.81p	12.43p	—p	1.90p	29.95p	13.34p	0.31p	3.04p
137	Luxembourg.....	2007	12.83	—	1.60	11.69	—	0.07	26.20	11.05	0.02	3.76
181	Malta.....	2007	12.77p	—p	1.66p	13.90p	0.14p	—p	28.47p	7.36p	1.28p	3.39p
138	Netherlands.....	2007	11.01p	0.09p	1.71p	12.07p	—p	—p	24.88p	14.30p	0.05p	6.40p
182	Portugal.....	2007	9.46p	—p	1.21p	13.27p	—p	0.92p	24.85p	12.73p
961	Slovenia.....	2006	8.99	1.12	0.61	12.97	0.05	0.02	23.76	14.90	1.06	4.19
184	Spain.....	2007	12.50p	—p	3.01p	9.54p	0.01p	0.01p	25.07p	13.01p	0.54p	2.42p
193	Australia.....	2007	17.46	1.32	2.69	7.49	0.52	—	29.48	—	—	6.45
156	Canada.....	2007	17.37p	0.68p	3.38p	7.80p	0.24p	0.11p	29.58p	5.22p	—p	6.62p
532	China, P.R.: Hong Kong.....	2006	7.73	—	2.80	1.98	0.08	0.13	12.72	—	—	7.97
128	Denmark.....	2007	29.51p	0.24p	1.87p	16.40p	—p	0.01p	48.02p	1.86p	0.05p	6.05p
176	Iceland.....	2007	18.87	0.03	2.41	16.38	0.43	0.14	38.25	3.18	0.09	7.24
436	Israel.....	2007	13.75	1.57	2.89	12.17	0.33	0.01	30.72	6.89	1.52	6.24
158	Japan.....	2006	8.84	0.30	2.57	0.19	18.16	10.87	—	6.07
542	Korea.....	2007
196	New Zealand.....	2007	20.96p	—p	1.67p	9.78p	1.03p	—p	33.44p	0.06p	—p	6.43p
142	Norway.....	2007	20.68p	—p	1.19p	12.33p	0.09p	0.04p	34.33p	9.05p	—p	14.75p
135	San Marino.....	2002	10.94	—	1.18	10.87	0.47	0.05	23.52	10.09	0.50	12.84
576	Singapore.....	2007	6.14	—	1.06	5.02	0.01	2.14	14.38	—	—	7.21
144	Sweden.....	2007	18.78p	3.14p	1.16p	12.79p	—p	—p	35.88p	12.90p	0.07p	7.51p
146	Switzerland.....	2006	13.51	—	2.37	6.59	0.21	—	22.68	6.87	—	8.14
112	United Kingdom.....	2007	14.22p	—p	4.53p	10.56p	—p	-0.01p	29.35p	8.29p	0.28p	3.78p
111	United States.....	2007	13.80p	—p	3.11p	4.46p	0.21p	—p	21.58p	6.99p	—p	5.83p

Fuente: Government Finance Statistics Yearbook, IMF, 2008

Resulta interesante conocer la opinión de algunos empresarios uruguayos dedicados al comercio electrónico de bienes físicos y digitales, y de servicios, a través de charlas informales. Aquellos señalan que el enorme potencial de este medio les ha permitido captar clientes en otros mercados, principalmente latinoamericanos. Asimismo, reconocen que gran parte de las transacciones no son declaradas ni documentadas, y son realizadas por empresas que cumplan con todos los requisitos fiscales. Señalan que los incentivos para promover la regularización de estas actividades son nulos. Por otra parte, argumentan que ellos tampoco se sienten protegidos legalmente contra abusos de los consumidores que, por ejemplo, pueden no reconocer los servicios prestados recibiendo la devolución por parte del medio de pago. Este porcentaje de ventas devueltas termina formando parte de los costos operativos. Tampoco tienen la posibilidad, señalan ellos, de deducir numerosos gastos de bienes y servicios (publicidad, aranceles de medios de pago, etc) que son necesarios

para llevar adelante su actividad, ya que sus proveedores –y estamos hablando de firmas mundialmente reconocidas- tampoco documentan sus operaciones. Ellos señalan que la iniciativa debería provenir de los países líderes en e-commerce, que deberían alcanzar un acuerdo entre ellos y con las grandes multinacionales que explotan la red con sus negocios multimillonarios. Mientras tanto, ellos siguen realizando sus actividades en un mercado digital altamente informal.

El comercio electrónico en particular y el transfronterizo en general representan un problema para las legislaciones y autoridades tributarias. La tecnología facilita y fomenta el comercio, pero por otra parte dificulta la aplicación de las normas tributarias, la consecuente determinación de las jurisdicciones fiscales competentes y la aplicabilidad de controles eficientes y efectivos que garanticen que los tributos sean recaudados. El comercio transfronterizo está obligando a una redefinición de las normas tributarias y a una mayor coordinación internacional.

Definición de comercio electrónico

Entre las diversas definiciones que han sido elaboradas, he seleccionado las siguientes:

- "Es la aplicación de la avanzada tecnología de información para incrementar la eficacia de las relaciones empresariales entre socios comerciales". (Automotive Action Group in North America)
- "La disponibilidad de una visión empresarial apoyada por la avanzada tecnología de información para mejorar la eficiencia y la eficacia dentro del proceso comercial." (EC Innovation Centre)
- "Es el uso de las tecnologías computacionales y de telecomunicaciones que se realiza entre empresas o bien entre vendedores y compradores, para apoyar el comercio de bienes y servicios."

“Conjugando estas definiciones podemos decir que el comercio electrónico es una metodología moderna para hacer negocios que detecta la necesidad de las empresas, comerciantes y consumidores de reducir costos, así como mejorar la calidad de los bienes y servicios, además de mejorar el tiempo de entrega de los bienes o servicios. Por lo tanto no debe seguirse contemplando el comercio electrónico como una tecnología, sino que es el uso de la tecnología para mejorar la forma de llevar a cabo las actividades empresariales. Ahora bien, ***el comercio electrónico se puede entender como cualquier forma de transacción comercial en la cual las partes involucradas interactúan de manera electrónica en lugar de hacerlo de la manera tradicional con intercambios físicos o trato físico directo.*** Actualmente la manera de comerciar se caracteriza por el mejoramiento constante en los procesos de abastecimiento, y como respuesta a ello los negocios a nivel mundial están cambiando tanto su organización como sus operaciones. El comercio electrónico es el medio de llevar a cabo dichos cambios dentro de una escala global, permitiendo a las compañías ser más eficientes y flexibles en sus operaciones internas, para así trabajar de una manera más cercana con sus proveedores y estar más pendiente de las necesidades y expectativas de sus

clientes. Además permiten seleccionar a los mejores proveedores sin importar su localización geográfica para que de esa forma se pueda vender a un mercado global”.

Ejemplos de modelos de e-bussiness

Con un objeto meramente ilustrativo y no técnico, a los efectos de dimensionar la problemática de los servicios hoy en día, se comenta a continuación algunas implicaciones de los modelos de e-bussiness.

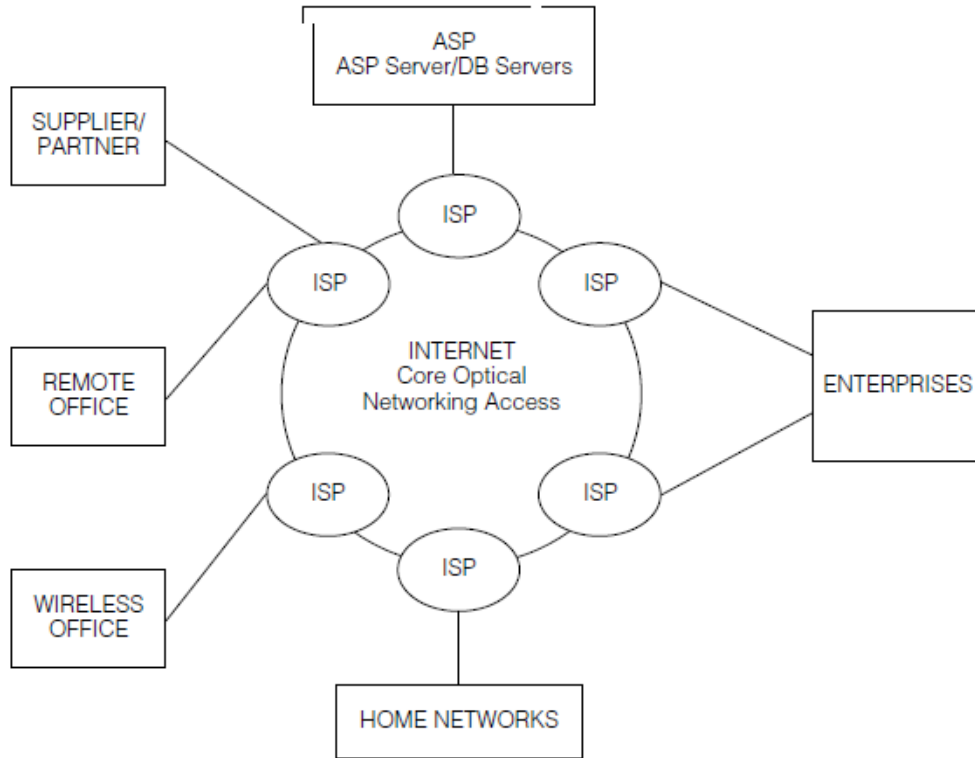
Una ASP (Application Service Provider) es un modelo de negocios que desarrolla y almacena aplicaciones de manera centralizada en un servidor determinado. La ubicación del servidor puede ser cualquier parte del mundo. Los usuarios (hogares, empresas, oficinas remotas de cualquier parte del planeta) pueden acceder a dichas aplicaciones localmente (en un equipo local) en forma remota a través de la conexión de banda ancha suministrada por un ISP (Internet Service Provider). Las ASP pueden trabajar a través de numerosos portales como AOL o Yahoo para revender sus servicios. Este modelo permite prescindir de oficinas comerciales físicas ubicadas localmente, ya que pueden comercializarse servicios en forma remota. La presencia física de los proveedores ya no es indispensable para acceder a los consumidores. Estos modelos también permiten a las empresas administrar sus propias redes.

Una situación que se está volviendo recurrente es que muchos países ofrecen incentivos comerciales y fiscales en ciertas zonas económicas. La disponibilidad de servicios de Internet de banda ancha permite ofrecer y acceder a servicios en forma remota, sin la necesidad de que el proveedor y el usuario se trasladen físicamente. En la medida que los desarrollos tecnológicos continúen avanzando, será posible realizar un gran número de operaciones en forma remota como si se realizaran en forma local, desde funciones de mantenimiento, monitoreo, informática, almacenaje, telecomunicaciones, distribución, etc. Estos modelos han acentuado la tendencia hacia la tercerización de funciones secundarias en empresas que comúnmente se encuentran localizadas en otro país y brindan sus servicios en forma remota.

En esta situación habría enormes incentivos para los proveedores de servicios que utilizan la red como medio de suministro (por ejemplo bancos, call centres) para localizarse en estas zonas de baja tributación y ofrecer a sus clientes locales y del exterior servicios a bajo costo en base a tecnologías de control remoto. Se trata de exportaciones de servicios del país en el cual están localizadas dichas empresas y de una importación para la jurisdicción del usuario o consumidor. La dificultad para la administración tributaria se encuentra en que, dada la intangibilidad de los servicios y del medio a través del cual éstos son provistos, es muy fácil escapar a los controles y obligaciones tributarias, así como también es muy difícil y costoso detectar a los proveedores y su ubicación.

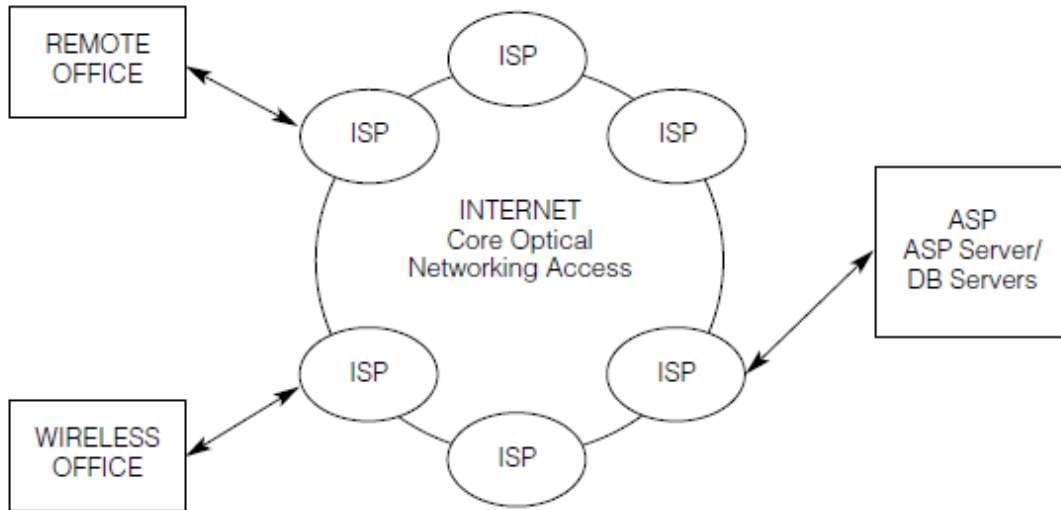
Las gráficas 1, 2 y 3 permiten visualizar mejor los modelos de E-bussiness descritos en los párrafos anteriores.

Gráfico 1



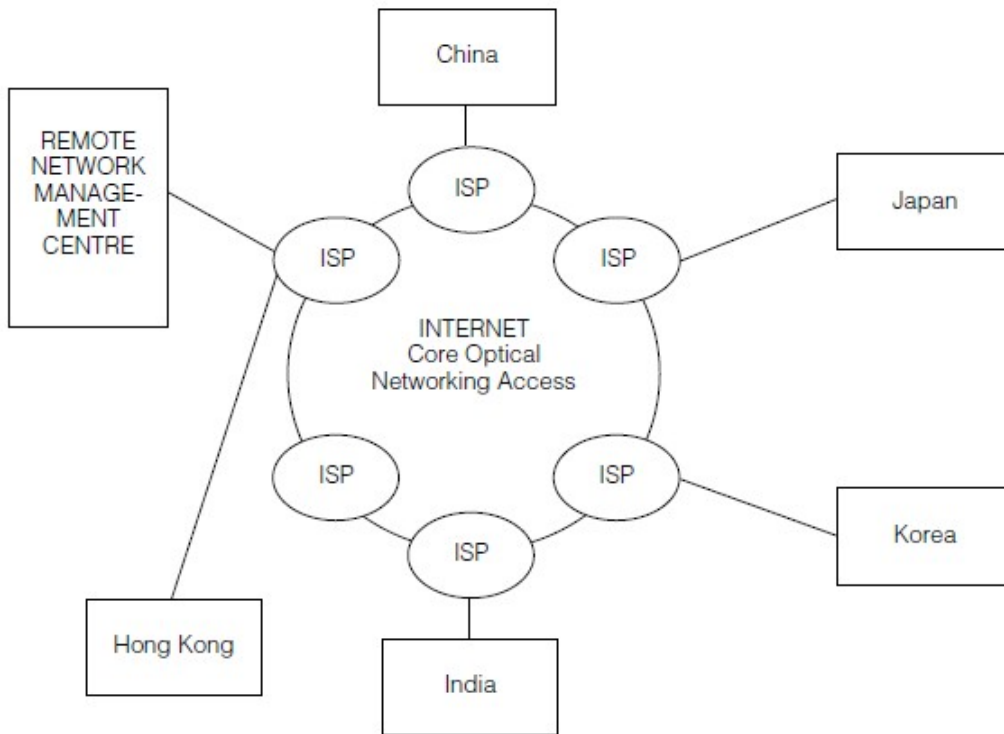
Fuente: From E-commerce to E-bussiness Taxation, pg 9.

Gráfico 2



Fuente: From E-commerce to E-bussiness Taxation, pg 10.

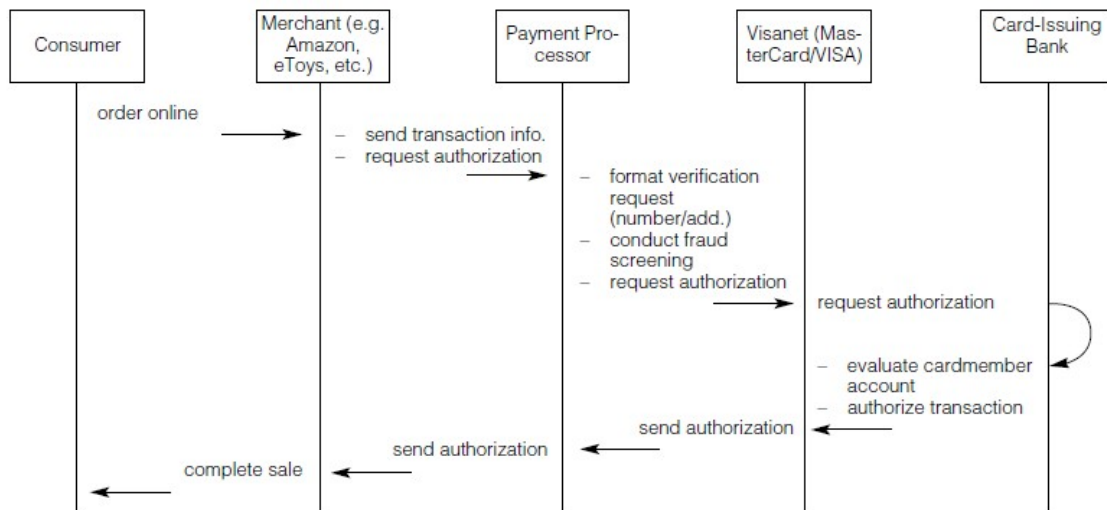
Gráfico 3



Fuente: From E-commerce to E-bussiness Taxation, pg 10

Las transacciones a través de Internet involucran nuevos intermediarios -proveedores de servicios también- que brindan seguridad y confidencialidad: portales de venta virtuales, tarjetas de crédito y otros medios de pago, instituciones financieras, etc.

Gráfico 4



Fuente: From E-commerce to E-bussiness Taxation, pg 11

Es de notar que la apertura de cuentas personales o empresariales en este tipo de empresas no requiere ningún tipo de registro fiscal, ni está sujeta a ningún tipo de contralor fiscal. PayPal, por ejemplo, ofrece una variada cantidad de servicios que facilitan el cobro y pago, o el envío de dinero.

Gráfico 5

Cómo funciona PayPal



Fuente: página web

PRINCIPIOS TRIBUTARIOS

Todos los estudios realizados coinciden en reconocer la importancia y validez práctica de los principios tributarios consagrados en la doctrina, tanto para la tributación del comercio de bienes como de servicios.

Los principios que debieran guiar y servir de marco conceptual a la imposición al comercio de servicios son:

a) Neutralidad económica:

La estructura impositiva debe estar concebida de forma que no interfiera con la óptima distribución y el uso de recursos de la economía, e inclusive, debería, en lo posible, contribuir a este fin. Las decisiones de los agentes económicos deberían basarse en consideraciones económicas y no tributarias.

En particular, el sistema tributario debería ser neutral y equitativo en cuanto a las cargas que impone a los diferentes modos de suministro de los servicios (transfronterizo, consumo en el exterior, comercio entre

empresas vinculadas, trabajo temporal en el exterior). Si un servicio pudiera ser suministrado al usuario mediante más de una modalidad, no debería existir un tratamiento tributario que represente una carga impositiva más gravosa para alguna de las modalidades. La sustituibilidad entre modos de suministro fue tratada en el capítulo II, donde se comentaron las implicancias de un tratamiento fiscal diferencial sobre los niveles de precios, el consumo y la producción. En general, ante un nuevo gravamen, el precio se incrementa y el consumo cae, lo cual puede verse contrarrestado parcialmente por la disponibilidad de nuevas formas de suministro ofrecidas por la tecnología. También cabe señalar que la política económica puede tratar de orientar la prestación de servicios bajo ciertas modalidades –modo 3, inversión directa, por ejemplo- debido a los mayores beneficios que puede conllevar para la economía en su conjunto.

La disponibilidad de otras formas de suministrar un servicio representa una alternativa de respuesta de los proveedores ante las condiciones de mercado y las políticas comerciales y tributarias de los gobiernos. Cada empresa elegirá la forma de suministro más rentable y, en dichas consideraciones, el sistema tributario debería ser lo más neutral posible.

Si, por ejemplo, un servicio de asesoría contable o legal fuera prestado a un cliente del exterior a través de Internet (Modo 1), en vez de ser necesario el traslado temporal de profesionales (Modo 4), obviamente que el primero de ellos sería menos costoso para el cliente, tanto por requerir menores gastos como por la menor carga tributaria. Es en este punto en el cual la aplicación de la neutralidad extiende sus fronteras al campo internacional, y surgen otros principios orientadores como el principio de destino (u origen) para los impuestos indirectos, y el principio de la fuente (o renta mundial) para los impuestos directos. La aplicación de estos últimos también tiene zonas grises de las que hablaré más adelante.

Entonces, la neutralidad es un principio aplicable dentro de una jurisdicción (nacional o subnacional) y entre jurisdicciones (nacionales o subnacionales), en armonía con el resto de los principios.

Tampoco debería existir un tratamiento diferencial o preferencial al comercio tradicional de bienes en detrimento del comercio electrónico de bienes –los denominados “bienes intangibles”- o del comercio de servicios, y viceversa. Esta situación responde a la realidad y a las perspectivas para años venideros –especialmente en países desarrollados- que refleja un importante crecimiento del comercio electrónico, el cual está sustituyendo al comercio tradicional de servicios. Estas nuevas formas de comercio de bienes digitalizables no deberían quedar excluidas de los regímenes tributarios; de lo contrario, se estaría fomentando la evasión o elusión.

Neutralidad a nivel internacional, evitando la doble imposición o la no imposición no intencional.

En resumen, la neutralidad tributaria se plasma en:

- a) Neutralidad entre modos de suministro
- b) Neutralidad entre comercio de bienes y de servicios (bienes intangibles)

b) Equidad:

Los contribuyentes en similar situación deben recibir similar carga tributaria. Este principio implica categorizar a los individuos en grupos de similares condiciones. La equidad está dada por gravar a cada grupo homogéneo según determinados criterios con la misma carga, en tanto que a otro grupo de características diferentes se lo grava con diferente carga tributaria. La igualdad es al interior de cada categoría o segmento.

La problemática radica en cómo categorizar o segmentar a los contribuyentes. Para ello, surgen el principio del beneficio y el de capacidad contributiva. El primero, entiende que la carga tributaria se debe distribuir en función del beneficio que el contribuyente ha obtenido de los servicios públicos; en tanto que el último sostiene que la carga tributaria debe ser distribuida en función de la capacidad contributiva del contribuyente, ya sea por su manifestación directa u objetiva (por ejemplo: posesión de un bien, percepción de una renta) o indirecta o subjetiva (por ejemplo: el nivel de consumo).

c) Eficiencia:

Tanto los costos de recaudación para las autoridades tributarias como los costos de cumplimiento para los contribuyentes deben ser minimizados al máximo posible.

Este es un aspecto fundamental a tener en cuenta al momento de diseñar los mecanismos de recaudación, más aún teniendo en cuenta las dificultades adicionales que representa el control del comercio de intangibles y servicios digitalizados. Los mecanismos no sólo deben ser efectivos en cuanto al objetivo de detectar las operaciones que configuren el hecho generador del tributo y recaudar la suma correspondiente, sino también eficientes en cuanto a los recursos invertidos tanto por la administración tributaria como por los sujetos pasivos. Más adelante en este capítulo hablaré sobre los mecanismos de recaudación propuestos por la OECD para el comercio de servicios.

d) Certeza y simplicidad:

La norma tributaria debe ser clara y simple de modo que los contribuyentes puedan anticipar las consecuencias fiscales de sus operaciones, sabiendo quién es el sujeto obligado, cuándo se configura, cuál es la jurisdicción que tiene derecho a la percepción del tributo, y cómo es el procedimiento para declarar y pagar el mismo.

Este principio está estrechamente relacionado con los principios de legalidad y seguridad jurídica. La legalidad refiere a que la imposición de tributos no puede depender de la mera discreción de las autoridades recaudatorias. El diseño de la estructura tributaria debe ser producto de la jerarquía normativa, en cuya cúspide se encuentra la Constitución, seguida por las leyes, los decretos, las resoluciones, y los actos administrativos particulares. Por mandato constitucional, los tributos sólo pueden ser creados, modificados o extintos únicamente por actos legislativos, debido a que este órgano es el que cuenta con el mayor grado de representatividad soberana. La creación del tributo implica la definición de todos sus aspectos esenciales (hecho generador, sujetos pasivos, responsables, bases de cálculo, alícuotas, exoneraciones, infracciones, etc.). Los decretos del Poder Ejecutivo únicamente pueden dictarse para facilitar la aplicación de la ley; en ningún caso pueden ampliar o restringir el alcance de esta.

La seguridad jurídica es otro principio de rango constitucional y consiste en que los individuos conozcan de antemano las consecuencias tributarias de sus actos, para entonces poder elegir colocarse o no en una determinada situación. Del mismo modo, la irretroactividad de la norma tributaria es otro pilar que garantiza la seguridad jurídica de los contribuyentes. Únicamente la norma puede tener efectos retroactivos cuando suprime infracciones, o establezca sanciones más benignas o términos de prescripción más breves.

En el caso de los servicios, existen muchas zonas grises. Las normas no responden con la celeridad que los avances tecnológicos les demandan. Por lo tanto, existe la necesidad de generar definiciones lo suficientemente amplias y que contemplen las perspectivas de evolución del comercio de servicios, de modo de brindarles a prestadores y usuarios un marco de seguridad jurídica.

e) Efectividad:

Los mecanismos de control y recaudación tributarios deben ser efectivos para minimizar el potencial de evasión. Asimismo, las normas tributarias deben minimizar la posibilidad de elusión tributaria. Es así debido, principalmente, al constante avance tecnológico y de las comunicaciones que permite nuevas modalidades de suministro de servicios que posiblemente no encuadren en las definiciones normativas o escapen al control de las autoridades.

f) Flexibilidad:

Los sistemas tributarios deberían ser flexibles y dinámicos a los efectos de seguir el paso a los avances tecnológicos y la evolución del comercio mundial.

Principios de origen y destino

Keen y Hellerstein definen el principio de destino como “cualquier acuerdo bajo el cual el impuesto es en última instancia cargado únicamente sobre el consumo final que ocurre en una jurisdicción –dependiendo del contexto, puede ser un país, un estado o provincia, o una localidad”. Estos mismos autores elaboran la definición del principio de origen como “cualquier acuerdo bajo el cual el impuesto es cargado en última instancia sobre la producción”. Aplicar el principio de destino implica gravar las importaciones y desgravar las exportaciones; si se aplica el principio de origen, se gravan las exportaciones y exoneran las importaciones. Otra variante para implementar el principio de destino es que la jurisdicción exportadora grave sus exportaciones como si se trataran de operaciones domésticas, admitiendo un crédito equivalente por parte del país importador; de esta forma se grava en origen pero sigue siendo la jurisdicción del país importador la que tiene derecho sobre el impuesto recaudado.

Desde el punto de vista económico, el cambio de un sistema tributario que grave en destino a uno que lo haga en origen puede ser equivalente a una depreciación del tipo de cambio real, alcanzado por una combinación de devaluación nominal y/o reducción de precios internos. Si una economía con balanza de pagos equilibrada con el resto del mundo que adhiere al principio de destino pasa a gravar en origen a una tasa del 10%, el resultado es equivalente a una devaluación del 10% o una disminución de precios internos de igual magnitud. Supongamos que USA inicialmente impone una tasa del 10% en destino, importa vinos de Europa a 2 euros la botella, exporta autos a USD 10.000, y el tipo de cambio es 1 dólar = 1 euro. Entonces, el consumidor americano paga 2,20 dólares por botella de vino y el europeo 11.000 euros por un auto. Ahora se supone que USA pasa a gravar en origen al 10% y devalúa su moneda respecto al euro en la misma proporción, entonces el consumidor americano seguirá pagando la botella de vino europea a 2,20 dólares aunque ahora ya no está gravado, y los productores de autos americanos recibirán USD 11.000 I.V.A. incluido, o USD 10.000 netos de impuestos.

El principio de destino es reconocido por la OMC (Organización Mundial de Comercio) por su neutralidad económica, ya que los tributos indirectos aplicados por el país exportador no inciden en la valuación internacional de los factores. Las importaciones de servicios son gravadas por el país receptor o destinatario al “ingresar” al país, recibiendo el mismo tratamiento que los bienes y servicios domésticos. En cambio, las exportaciones están exentas en origen. Diversos autores señalan también la necesidad del reintegro de los créditos fiscales asociados a los insumos vinculados a los bienes y/o servicios exportados, lo cual equivale a aplicar tasa 0%.

Estos principios de tributación internacional son claramente aplicables al comercio de bienes tangibles, pero con los bienes digitales y los servicios resulta confuso la determinación del ámbito espacial del hecho generador del tributo, elemento fundamental para determinar la jurisdicción que tiene derecho a percibir el tributo. La mayor dificultad se presenta en los servicios del Modo 1, Comercio Transfronterizo, en los cuales es el intangible el que se desplaza de una jurisdicción a otra, permaneciendo tanto el proveedor como el consumidor

en sus respectivos países. En general, las soluciones alcanzadas se inclinan por gravar en la jurisdicción del usuario cuando se trata de un sujeto pasivo registrado, y en la jurisdicción del prestatario cuando el usuario es un consumidor final, ambos casos por razones de practicidad más que por la aplicación pura de un criterio determinado.

Además, por la naturaleza misma de los servicios -la simultaneidad de prestación y consumo, su intangibilidad, el grado de informalidad admitido en las transacciones por Internet, entre otros motivos- la prueba de la configuración del aspecto objetivo también genera dificultades.

En estos últimos años los países desarrollados, principales exportadores de servicios digitales, han comenzado a discutir cómo encarar este tema. Diferentes posturas son sostenidas por los dos principales actores del debate: Estados Unidos y la Unión Europea. Los americanos basan su estructura fiscal en los impuestos directos, siendo sus fuentes de recursos más importantes los impuestos a las rentas personales y empresariales y las contribuciones sociales. Los gobiernos europeos, en cambio, se financian tanto con impuestos directos como impuestos al consumo - principalmente al valor agregado (VAT)-. La participación de estos últimos en el total de ingresos y en porcentaje del producto (GDP) es más elevado en la mayoría de países europeos y en la Comunidad Europea en su conjunto que en los Estados Unidos. Es de notar que los Estados Unidos son los principales exportadores netos y exportadores de e-commerce a nivel mundial, por lo cual están sumamente interesados en estimular sus exportaciones y atraer la inversión directa en su economía a los efectos de percibir ingresos provenientes de las rentas empresariales. Es por ello que proponen el principio del origen para la tributación del IVA, y de residencia para el caso de las rentas. Sostienen que gravar las exportaciones de servicios digitales en origen, recolectando el impuesto del proveedor y no del consumidor, sería más efectivo y eficiente, ya que es más fácil identificar y auditar a aquél en función de la regla del establecimiento permanente. Este criterio sería beneficioso para los países con balanzas comerciales de servicios electrónicos positivas, en tanto que perjudicaría a aquellos con saldo negativo. Sin embargo, se puede señalar que una tributación al consumo basada en origen podría desestimular inversiones en dicho país. La Unión Europea, en contraposición con la postura americana, sostiene el principio del destino, por el cual el impuesto al consumo se pagará en la jurisdicción del consumidor. En la actualidad, la tributación europea al consumo se puede resumir de la siguiente manera:

1. Venta de servicios de un país no perteneciente a la UE a un consumidor europeo: exento.
2. Venta de servicios de un país perteneciente a la UE a un consumidor no europeo: exento.
3. Venta de servicios de un país no perteneciente a la UE a una empresa europea: gravado en destino, por el mecanismo de autoliquidación.
4. Venta de servicios dentro de la UE a un consumidor: gravado en origen.
5. Venta de servicios dentro de la UE a una empresa: gravado en destino.

La participación de los países en desarrollo en este debate ha sido prácticamente nula. No obstante ello, se puede señalar que la mayoría de estos

países será importador neto de servicios electrónicos, por lo cual un criterio basado en origen –como propone Estados Unidos– erosionaría la base imponible de su tributación al consumo y, por ende, perdería ingresos.

La principal preocupación de los gobiernos está basada en la posibilidad de que las inversiones se sitúen en jurisdicciones de baja tributación y presten sus servicios a través de Internet hacia los mercados más atractivos.

En cuanto a los impuestos a las importaciones –aunque su contribución al total de los ingresos del Estado ha venido perdiendo importancia–, el riesgo radica en que los consumidores opten por realizar sus operaciones de bajo importe electrónicamente, recibiendo los bienes digitalmente o a través de envíos desde el exterior que, por su escasa cuantía, no están sujetos a pago de tributos. La prestación de servicios a través de medios digitales no es fiscalizada por ningún tipo de órgano como podría ser la Aduana cuando se trata del ingreso de bienes físicos. En cuanto a impuestos al consumo, los proveedores del exterior podrían estar exentos y no existiendo intermediarios locales, el Estado no recaudaría por estas operaciones. Similar situación ocurre con el pago de impuestos a las rentas.

CLASIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS

El comercio electrónico de bienes y servicios encuadra en el Modo 1, Comercio transfronterizo, ya que tanto proveedor como usuario permanecen en sus países respectivos. Sin embargo, se discute en el seno de la OMC en qué casos el ámbito corresponde al GATT o al GATS. La solución alcanzada hasta el momento y que parece bastante razonable consiste en que si la transacción ha sido solicitada y pagada en forma electrónica pero el bien es embarcado y enviado físicamente, el ámbito será del GATT. En cambio, cuando la compra y entrega del bien se realiza electrónicamente, el ámbito corresponderá al GATS. Por lo tanto, se genera aquí una nueva categoría de servicio denominada “**bienes o productos digitalizables o intangibles**”, aquellos que pueden ser entregados en formato físico como digital, pueden ser tanto entregados físicamente como transferidos digitalmente, tales como libros, software, música, videos, etc.

Existe otro conjunto de transacciones sobre las cuales no se ha generado mucha controversia ya que o son claramente bienes o son servicios.

La CFA propone una clasificación de los servicios a los efectos de facilitar la aplicación de criterios para determinar el lugar de prestación y/o consumo del servicio y, por ende, la jurisdicción que tendría el derecho de gravar la transacción.

La distinción se realiza entre **servicios tangibles** y **servicios intangibles**. No es una clasificación técnica; es práctica, para facilitar la determinación del lugar de prestación o consumo del servicio. En los servicios tangibles, el lugar de consumo está claramente identificado, en tanto que en los servicios intangibles el mismo es incierto o puede generar controversias, ya que no se ve dónde son prestados, si en el país del proveedor o del consumidor o parte en ambos países.

En la bibliografía consultada, se plantean las siguientes clasificaciones:

Servicios tangibles:

- a) Servicios vinculados con las propiedades inmuebles -tierra y construcciones-, tales como agentes inmobiliarios, hotelería, servicios de arquitectos, así como los trabajos y reparaciones sobre las cosas muebles.
- b) Transporte de bienes y personas, incluyendo servicios relativos al manejo de bienes como carga, descarga, mantenimiento y similares.
- c) Servicios que requieren la presencia material del prestador, tales como deportivos, musicales, culturales, artísticos, científicos, docentes, médicos.

Servicios intangibles:

- a) Consultoría, servicios contables, legales y otros servicios intelectuales.
- b) Servicios bancarios y financieros.
- c) Publicidad
- d) Transferencias de derechos de autor
- e) Provisión de información
- f) Procesamiento de datos
- g) Radiodifusión y televisión
- h) Telecomunicaciones

En conclusión, se puede observar una evolución del concepto de servicios hacia una noción mucho más amplia que debería ser considerada en la definición del aspecto objetivo del hecho generador del tributo.

CRITERIO DE ATRIBUCIÓN DE JURISDICCIÓN

Es el lugar de efectiva prestación o consumo del servicio, con sus excepciones, que –como se verá- son tantas que termina primando un criterio práctico dirigido a la búsqueda de la eficiencia tributaria, más que a una definición técnica del ámbito espacial del tributo.

Los servicios tangibles serán atribuidos:

- a) Al lugar de ubicación del bien en el caso de servicios relacionados con bienes inmuebles.
- b) Al lugar en que efectivamente el transporte se realice, en función de las distancias recorridas.
- c) Al lugar en que las prestaciones sean materialmente realizadas cuando se trate de actividades culturales, artísticas, deportivas, científicas, docentes o similares, incluidas las de los organizadores de las mismas, así como servicios accesorios a las mismas. Mismo criterio de atribución se utiliza para las actividades accesorias propias de los transportes, tales como carga, descarga, mantenimiento y similares; así como para los informes periciales sobre cosas muebles corporales y los trabajos con cosas muebles corporales.

Para estos servicios, los aspectos objetivo y espacial del hecho generador son más claros de definir y están basados en una determinación real del lugar de prestación del servicio. Tanto la Unión Europea como la WTO coinciden en los criterios a aplicar en estos casos.

Veamos ahora qué ocurre con los denominados servicios intangibles.

El artículo 9 de la Sexta Directiva de la Unión Europea establece que:

“Los servicios intangibles se atribuirán al lugar en que el prestatario o destinatario de dichos servicios tenga establecida la sede de su actividad económica o posea un establecimiento permanente al que vaya dirigida la prestación, en defecto de una u otra, al lugar de su domicilio o de su residencia habitual, cuando se trate de servicios prestados a:

- a) personas establecidas fuera de la Comunidad, o
 - b) a sujetos pasivos establecidos en la Comunidad, pero fuera del país de quien los preste (no están incluidos los servicios a consumidores finales o sujetos exentos)
- las cesiones y concesiones de derechos de autor, patentes, licencias, marcas de fábrica y comerciales y otros derechos similares;
 - las prestaciones de publicidad;
 - las prestaciones de los consejeros, ingenieros, gabinetes de estudios, abogados, expertos contables y otras prestaciones similares, así como el tratamiento el tratamiento de datos y el suministro de informaciones, cualquiera sea la naturaleza del sujeto que la presta,
 - las obligaciones de no ejercer total o parcialmente una actividad profesional o uno de los derechos mencionados en esta categoría de servicios;
 - las operaciones bancarias, financieras y de seguro, incluidas las de reaseguro, a excepción del alquiler de cajas de seguridad;
 - las prestaciones de servicios realizadas por los intermediarios que actúan en nombre y por cuenta de otro, cuando éstos intervengan en el suministro de las prestaciones de servicios enunciados en este apartado;
 - el arrendamiento de bienes muebles corporales, con la excepción de cualquier medio de transporte;
 - los servicios de telecomunicaciones; se considerará que son servicios relativos a la transmisión, emisión y recepción de señales, textos, imágenes y sonidos o información de cualquier naturaleza mediante hilo, radio, medios ópticos u otros medios electromagnéticos, incluida la correspondiente transferencia y concesión del derecho de utilización de los medios para la transmisión, emisión o recepción; los servicios de telecomunicación incluyen la disposición de acceso a las redes de información mundiales;
 - los servicios de radiodifusión y de televisión;
 - las prestaciones de servicios efectuadas por vía electrónica.

Por el IVA de los insumos incurridos en un país, cuando el hecho imponible es atribuible a otro, se aplica tasa cero”.

La atribución de jurisdicción en estos casos es subjetiva, por la condición de vendedor o usuario residente (aspecto subjetivo del hecho generador). En general, se opta por designar sujeto pasivo del gravamen a aquel sujeto registrado fiscalmente en una jurisdicción. A éste se le debería permitir computar como crédito fiscal el impuesto pagado por la venta de servicios contra las operaciones en el mercado interno.

Por su parte, la CFA presenta varias opciones a ser evaluadas.

- a) Para transacciones entre sujetos pasivos registrados (B2B): ubicación de las operaciones generadoras de beneficios del proveedor, lugar del contrato, la jurisdicción del cliente, la localización del proveedor o la de un establecimiento permanente del cliente
- b) Para transacciones entre un sujeto pasivo registrado y un consumidor final (B2C): la residencia permanente del usuario, su centro de interés económico, el país de su nacionalidad.

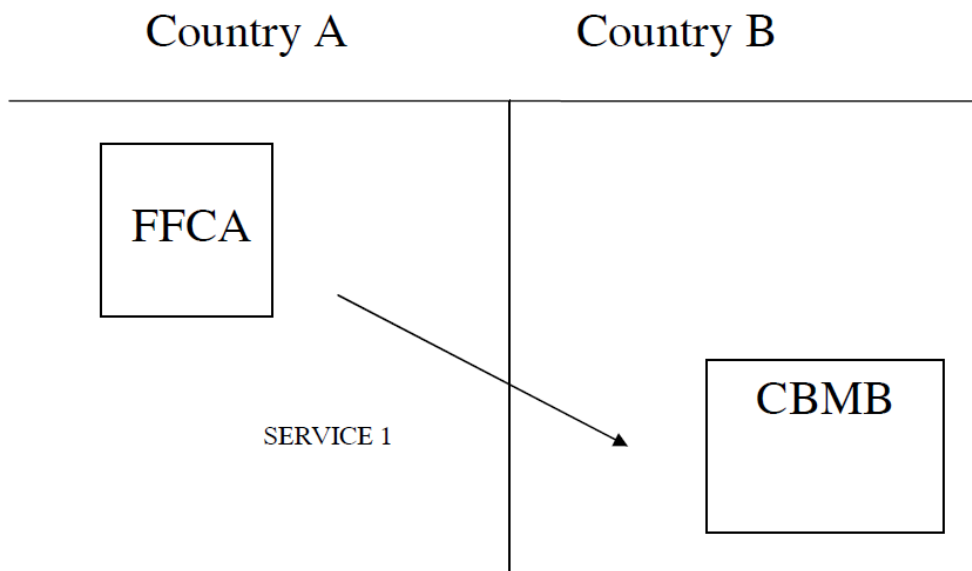
Sin embargo, de la evaluación de las distintas alternativas se concluye que, para transacciones B2B, la opción más práctica es el lugar donde el cliente tiene presencia comercial, y para las transacciones B2C, es preferible el criterio de gravar en la jurisdicción en la cual el cliente tiene su residencia habitual. En ambos casos, los criterios son compatibles con el principio de destino.

Ninguno de estos dos organismos establece preceptivamente un criterio a adoptar. Presentan un abanico de opciones, desde gravar en la jurisdicción del vendedor o comprador –en base al criterio de centro de interés económico o de residencia-, en función de la conveniencia práctica. Es la normativa nacional la que deberá elegir el criterio a adoptar. No obstante, todos los organismos recalcan la necesidad e importancia de armonizar los criterios de modo de evitar tanto la doble tributación como la no imposición.

Ejemplos de determinación de jurisdicción

En la guía de la CFA se plantean diferentes casos hipotéticos para determinar el lugar de prestación del servicio, a los efectos del IVA.

Transacción entre dos entidades legales separadas (vinculadas o no)



Fuente: Emerging concepts for defining place of taxation, pg. 7

En esta primera hipótesis FFCA y CBMB son empresas establecidas en los países A y B, respectivamente. Ambas firmas celebran un contrato por el cual la primera brindará un servicio de estudio de mercado del país B a la otra, la cual desea expandir sus actividades en el medio local. FFCA es el proveedor y CBMB es el cliente. El esquema y los resultados del análisis no varían independientemente del vínculo societario entre las empresas.

Este servicio podría brindarse a través de diferentes modalidades:

- A través de medios digitales, teléfono, documentos escritos, teleconferencias, etc. (Modo 1).
- La Administración o personal de CBMB podría trasladarse al país A para recibir la asesoría (Modo 2).
- FFCA podría establecer una oficina comercial de carácter temporal en el país B a los efectos de brindar su servicio a CBMB (Modo 3).
- Personal dependiente de FFCA podría trasladarse al país B para realizar estudios y tareas de campo, así como reunirse con el cliente (Modo 4).
- Una combinación de las anteriores.

Como vemos, un servicio puede ser prestado de múltiples formas. Se trata de una exportación de servicios para el país A y de una importación de servicios para el país B. Estamos considerando una operación entre un ente residente del país A y otro residente del país B.

El lugar de prestación del servicio podría ser determinado de forma ficta o real.

La solución recomendada por la CFA es la siguiente. A los efectos del I.V.A., el lugar de prestación del servicio es el país B. Por lo tanto, es éste el que tiene jurisdicción para cobrar el impuesto, en concordancia con el principio de destino. Por consiguiente, el país A no debería gravar la prestación de este servicio y otorgarle el tratamiento fiscal de una exportación.

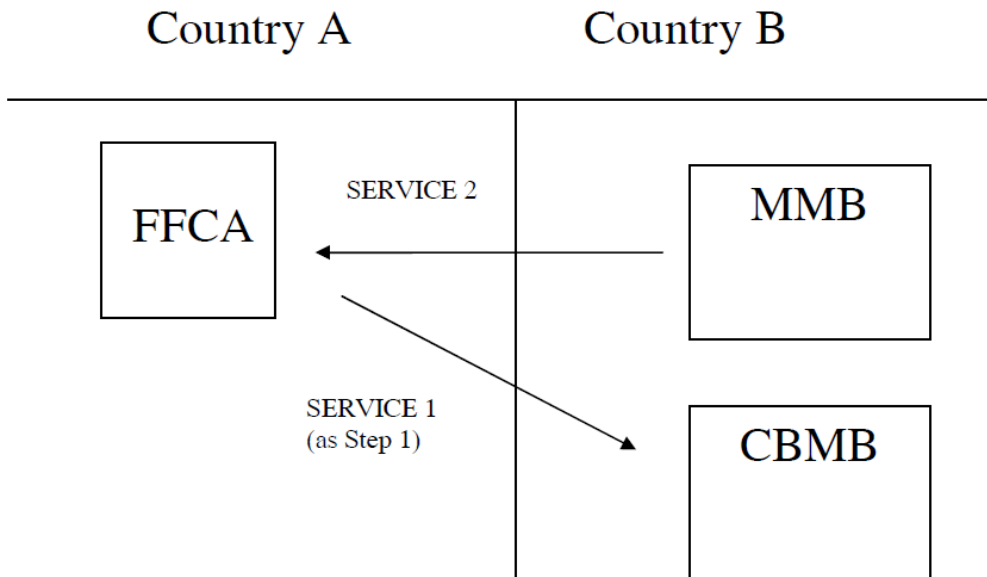
Esta solución podría ser objetable ya que no refleja la realidad. Es simplemente una simplificación que trata al comercio internacional de servicios de manera análoga al comercio internacional de bienes. Alguna o ambas partes podrían argumentar que la prestación del servicio se realizó 50% en A y 50% en B, u otra proporción. Por razones de planificación tributaria las empresas contratantes podrían elegir el modo de suministro más conveniente a los efectos de eludir el pago de impuestos.

Podríamos preguntarnos cuál es el lugar de prestación de un servicio enteramente suministrado mediante el Modo 1. Esto es tema de debate aún hoy día. Los modos 2, 3 y 4 resultan más claros: si el cliente se traslada al país del proveedor, el país de éste tendría el derecho de cobrar el impuesto; si el proveedor establece una oficina temporal en el país del consumidor o envía personal dependiente a trabajar en forma temporal al lugar de residencia del cliente, es el país de éste el que debería cobrar el impuesto. En el caso del modo 3, habría que precisar cuál es la función del establecimiento, si es sólo comercial, en cuyo caso podríamos considerar que el servicio se produce y brinda en su mayor parte desde el exterior, u operativa, implicando que el servicio se prestó en el país del cliente. Otra dificultad adicional radica en que muchos de los servicios son prestados mediante una combinación de los cuatro modos de suministro.

En cuanto al impuesto a las rentas, en general, la importación del servicio debería ser un gasto deducible para CBMB, ya sea que se considere que el servicio se prestó en el país A o en el B. La exportación del servicio debería considerarse una renta gravada por el país A. No obstante, podría argumentarse –si el país A, al igual que Uruguay, adhiriera al principio de la fuente (source-based)- que parte de dicha renta es de fuente extranjera, ya que el servicio podría haber sido efectivamente prestado en el exterior, dependiendo de la modalidad de suministro. En este caso, la determinación de la renta gravada en el país A correspondería a una porción de la renta total, en tanto que el remanente configuraría renta gravada para el país B. El país B debería aplicar algún mecanismo efectivo, tal como retención por parte del cliente por ejemplo, a los efectos de asegurarse el cobro del impuesto devengado en su territorio. Por otra parte, el exportador del servicio del país A deberá demostrar a la administración tributaria de su país que parte de su renta es de fuente extranjera. Si, por el contrario, el país A adhiriera al principio de renta mundial, podríamos estar en presencia de una situación de doble tributación. Sería deseable la existencia de acuerdos internacionales que permitieran armonizar las legislaciones tributarias de modo de evitar la potencial doble tributación que desestimularía el comercio.

Las normas uruguayas admiten la posibilidad de determinar en forma ficta o real las rentas de fuente mixta, como ocurre en el caso del transporte y telecomunicaciones.

Dos transacciones separadas involucrando tres entidades independientes



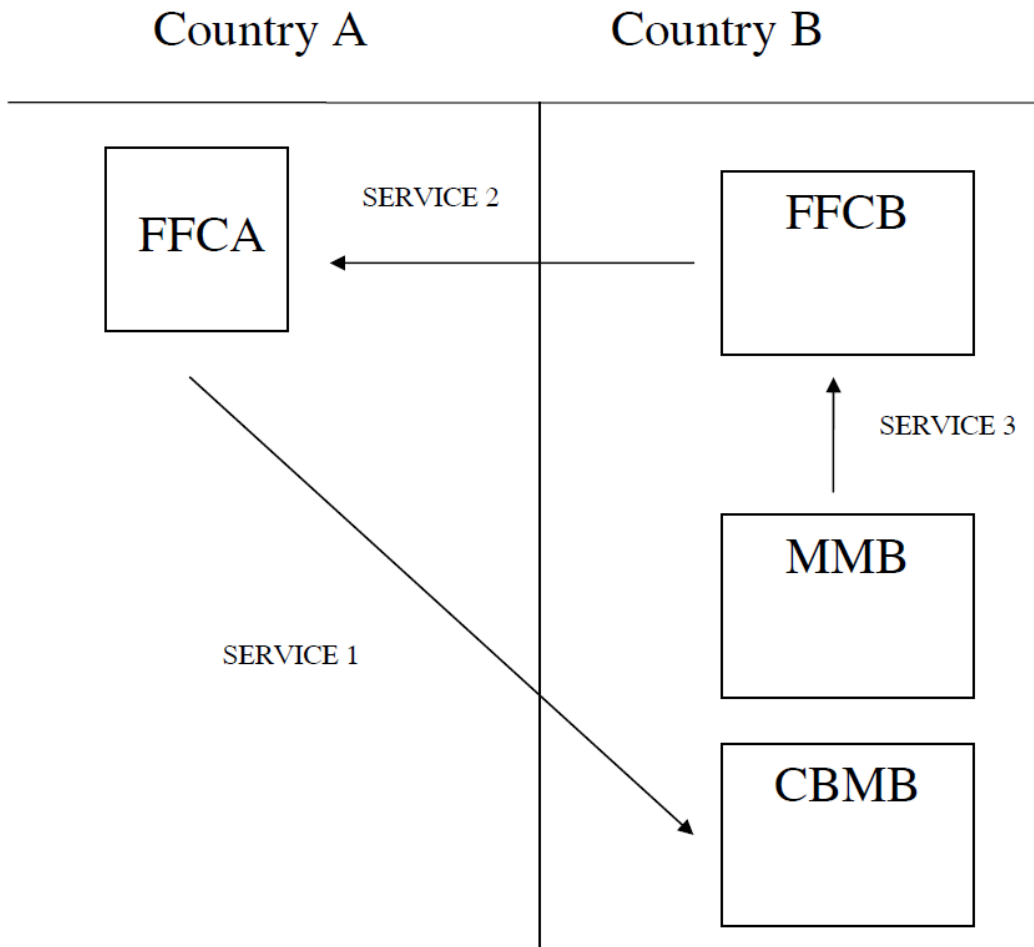
Fuente: Emerging concepts for defining place of taxation, pg. 8

En este caso, FFCA decide expandir sus actividades en el país B, para lo cual contrata a la firma MMB, sin ninguna vinculación societaria con FFCA ni CBMB. MMB es el prestador del servicio 2 y FFCA es el cliente, en tanto que ésta última es el proveedor del servicio 1 y CBMB es el cliente. El modo de suministro del servicio 2 condicionará la modalidad de suministro del servicio 1, ya que permitirá acotar el traslado de personal al país B.

El tratamiento tributario dado al servicio 1 no cambia. El país A, país de destino del servicio 2, residencia del cliente, será el que tenga la jurisdicción para gravar dicha importación con impuestos al consumo.

En lo que refiere al impuesto a las rentas, cabe lugar la misma discusión planteada en el caso anterior, basada en la determinación de la fuente de las rentas dependiendo de la modalidad de suministro del servicio. No obstante ello, el servicio 2 contratado por FFCA es un costo necesario para generar la renta del servicio 1. Consecuentemente, su deducción como gasto debería realizarse en la misma proporción que la gravabilidad de la renta que genera. Es decir, si el servicio 1 es 100% gravado por el impuesto a las rentas del país A, el servicio 2 debería ser 100% deducible de dicha renta.

Transacciones que involucran una tercera parte



Fuente: Emerging concepts for defining place of taxation, pg. 9

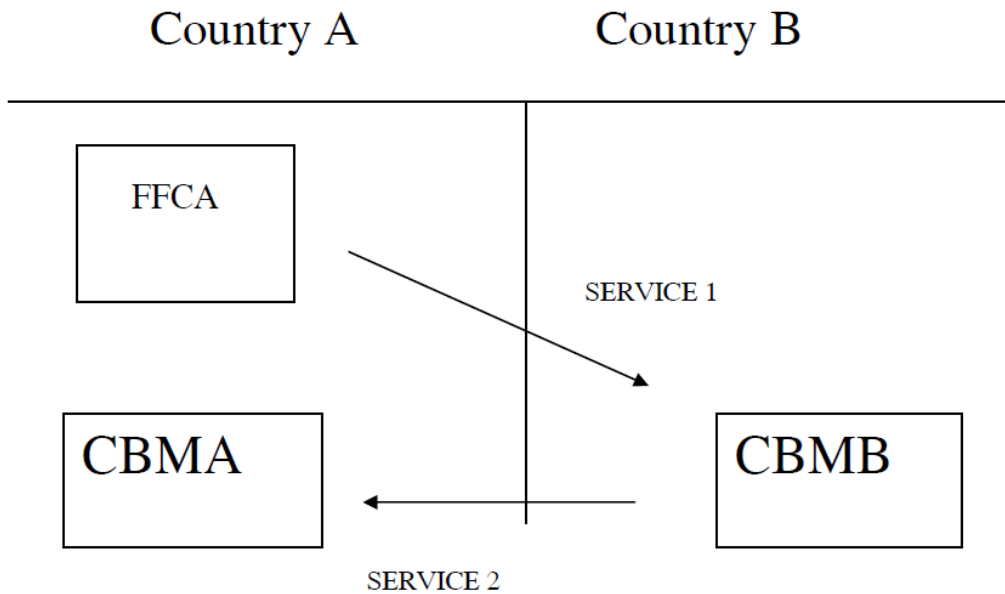
En la medida que la firma FFCA expande sus actividades, opta por establecer una subsidiaria en el país B: FFCB, con el objeto de llevar adelante sus operaciones en este país. Entre ambas empresas existe un acuerdo por el cual la subsidiaria proveerá a la casa matriz de los servicios necesarios para que ésta atienda a sus clientes, CBMB entre ellos, en el país B. A su vez, FFCB también contrata los servicios de MMB.

El análisis del servicio 1 se mantiene incambiado. FFCB es residente del país B, por lo cual el servicio 2 es una exportación de servicios, independientemente de la vinculación societaria entre ambas empresas. El modo de suministro es el Modo 3, aunque no hay registros precisos en la Balanza de Pagos -como ya se mencionó en el capítulo referente a la medición del comercio de servicios-. La imposición al consumo del servicio 2 corresponde al país A, al igual que en el caso anterior.

El servicio 3 es una transacción entre residentes del país B, por lo cual es una operación doméstica, alcanzada por las normas tributarias de este país.

Con referencia al impuesto a las rentas, caben los mismos comentarios realizados para el caso anterior.

Transacciones que involucran un grupo de clientes

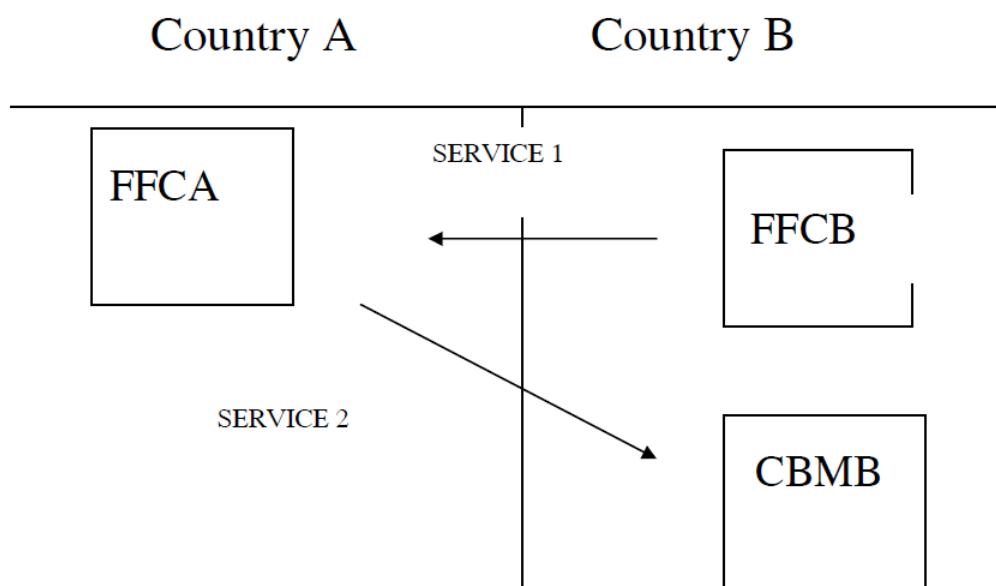


Fuente: Emerging concepts for defining place of taxation, pg. 10

Se considera ahora el caso de que la firma CBMB, el cliente, es el que decide establecer una subsidiaria en el país A: CBMA. Ambas empresas tienen un acuerdo de negocios por el cual determinadas unidades funcionales permanecerán centralizadas en CBMB, la cual prestará el servicio de las mismas a su subsidiaria en el país A. Para ello, CBMB, a su vez, contrata a FFCA, de la misma forma que lo hacía antes, pero con la variante de que dicho acuerdo permite a la primera revender la información recibida.

En este ejemplo hay dos acuerdos independientes, cada uno de los cuales involucra la compra-venta de un servicio. En ambos casos, servicios 1 y 2, el país con jurisdicción será el de destino, país B y país A, respectivamente. La determinación del lugar de prestación del servicio 1 a los efectos fiscales no debería ser influenciada por la subsecuente exportación de dicho servicio al país A.

Transacciones que involucran un grupo de proveedores



Fuente: Emerging concepts for defining place of taxation, pg. 11

Así como en el ejemplo anterior había un grupo de clientes, en este caso se considera un grupo de proveedores. FFCA y FFCB son dos empresas vinculadas que realizan un acuerdo por el cual esta última proveerá a la primera servicios de recolección de datos. FFCA realizará en análisis de los datos recibidos en sus oficinas en el país A y elaborará informes y brindará servicios de consultoría a la firma CBMB.

El servicio 1 estará gravado en el país A, en tanto que el servicio 2 estará gravado en el país B, en ambos casos el país de residencia del cliente.

MECANISMOS DE RECAUDACIÓN

La CFA, como resultado de los estudios realizados, propone cinco mecanismos de recaudación. Dada la naturaleza de la prestación de servicios, ninguno de estos mecanismos contempla la intervención de las tradicionales aduanas. Lo que se trata aquí es de innovar, tratando de aprovechar las opciones tecnológicas y la integración creciente de los países para generar soluciones prácticas, efectivas y eficientes.

Autoliquidación del impuesto (Self assessment/reverse charge)

Este sistema se basa en que el receptor del servicio tendría que determinar el impuesto a pagar por los servicios importados, y declarar y abonar dicho

impuesto a la autoridad local, la cual controlará la liquidación presentada por el contribuyente.

El sujeto pasivo del impuesto es el usuario (empresa o persona) residente que tributará en su jurisdicción de residencia, de conformidad con el principio de destino. El proveedor del exterior queda liberado de toda responsabilidad tributaria.

Se atribuye la jurisdicción para cobrar el tributo al país de residencia del usuario, entendiendo implícitamente que, ya sea en forma ficta o real, el lugar de prestación del servicio es el país de destino del mismo.

En Uruguay, el Código Tributario reconoce en su artículo 61 el deber de iniciativa por el cual el sujeto pasivo deberá cumplir con la obligación tributaria cuando no corresponda la intervención del organismo recaudador.

La experiencia en los países de la OECD ha sido satisfactoria cuando se trata de transacciones entre empresas (B2B, Business to Business), en tanto que no ha demostrado ser muy efectivo este mecanismo en el caso de importaciones de servicios realizadas por consumidores finales (B2C, Business to Consumer).

Entre las principales ventajas de este mecanismo se pueden mencionar su viabilidad y efectividad, y los bajos costos administrativos para las autoridades.

Registración

Bajo este sistema los proveedores de servicios no residentes deberán registrarse en la jurisdicción en la cual deseen operar. Este es un requisito para poder prestar sus servicios a los usuarios de la jurisdicción (o país) en cuestión. Las autoridades tributarias establecerán los requisitos de registro, así como los mecanismos para controlar que todos los prestadores cumplan con los mismos. El proveedor será el sujeto pasivo, el cual deberá pagar el tributo a la jurisdicción de residencia del usuario.

Este sistema adhiere al principio de destino; pero, a diferencia del mecanismo anterior, el sujeto pasivo de la obligación tributaria es el proveedor en vez del usuario. Una vez más se atribuye jurisdicción para el cobro del tributo, en forma ficta o real, al país de residencia del usuario.

Desde el punto de vista de la administración tributaria, este mecanismo puede ser viable y efectivo, y promueve la neutralidad. Sin embargo, habitualmente se presentan dificultades a la hora de identificar a los proveedores no residentes e imponerles obligaciones de registrarse. De igual modo, en la práctica resulta difícil desarrollar medidas efectivas para hacer cumplir los requerimientos a los no residentes, incrementando los costos administrativos. Asimismo, el establecimiento de registros requiere el desarrollo de plataformas tecnológicas y administrativas.

Gravar en origen y transferir al país de destino (Tax at source and transfer)

Este mecanismo consiste en que el exportador de servicio cargue y cobre al importador el impuesto al consumo en origen, de manera similar a una operación doméstica. Posteriormente, deberá verter el impuesto cobrado al no

residente a la autoridad tributaria del país exportador. Finalmente, la autoridad tributaria del país exportador remitirá el impuesto a su par del país importador del servicio. Se podría hacer una analogía con una compraventa tradicional de bienes a nivel internacional con una carta de crédito confirmada, donde el papel de los bancos es desempeñado ahora por los gobiernos de ambos países.

Para implementar este sistema se deberían elaborar procedimientos muy precisos que den a todas las partes las garantías necesarias. Es aquí donde la cooperación y los acuerdos internacionales juegan un papel clave.

El pago de tributos por parte del comprador debería estar condicionado a o garantizado por el hecho de que el gobierno del país exportador se obligue en virtud de acuerdos bilaterales preexistentes a remitir las sumas recibidas al gobierno del país importador. Es más, sería conveniente que el pago del tributo lo realizara el comprador directamente al gobierno del prestador del servicio. Así también, tanto el vendedor como el comprador deberían declarar a sus respectivas autoridades las transacciones efectuadas. También sería necesario desarrollar medidas para evitar la colusión entre vendedor y comprador para no declarar las transacciones realizadas. Si bien el esquema teórico parecería funcionar, la viabilidad del sistema depende de cómo se implemente.

Esta operativa parece particularmente útil para las importaciones de servicios de consumidores finales, quienes son los más reticentes a cumplir con las cargas tributarias y que, por su gran número, resultan difíciles y muy costosos de controlar.

Se mantiene el principio del destino. Lo novedoso de este sistema es que si bien el sujeto pasivo es el usuario del servicio importado, se establecen responsables de la obligación tributaria a no residentes y gobiernos del país exportador.

Desde el punto de vista tecnológico, cabe destacar la necesidad de desarrollar plataformas sofisticadas que soporten este tipo de operativas de forma transparente y que permitan compartir información entre diferentes jurisdicciones, más allá del recelo con que cada autoridad tributaria querrá preservar sus datos.

Agentes de percepción y retención (Collection by third parties)

Si bien uno de los beneficios del medio digital es brindar acceso directo a los consumidores, disminuyendo el número de intermediarios, otros nuevos eslabones han aparecido en la cadena de comercialización: medios de pago digitales, tarjetas de crédito, instituciones financieras, plataformas o centros comerciales on line, proveedores de Internet y telecomunicaciones, certificadores de calidad, etc. El objeto de su participación es acercar a proveedores y clientes, certificar los servicios, brindar garantías a los consumidores y seguridad a las transferencias de dinero, brindar el soporte de seguridad y confidencialidad para la realización de las transacciones, etc.

Este sistema se basa en la idea de que es más efectivo y eficiente controlar a un número pequeño de intermediarios conocidos que intervienen en un gran número de operaciones, que pretender controlar cada transacción

individualmente. Para ello, las autoridades tributarias establecen nuevos sujetos pasivos responsables de retener o percibir el importe del tributo y volcarlo a la administración tributaria.

Las compraventas de servicios a nivel internacional generalmente se realizan y pagan a través de diferentes intermediarios tales como instituciones financieras, empresas de envío de dinero o pagos electrónicos, tarjetas de crédito, etc. Los proveedores de servicios de Internet y servicios de telecomunicaciones también son empresas que potencialmente pudieran ser nombradas responsables. Estos intermediarios deberían retener o percibir el tributo y pagarlo a las autoridades tributarias del país que tenga jurisdicción.

Entre las desventajas del mecanismo se encuentran los altos costos de implementación del sistema. Otros especialistas opinan que ninguna responsabilidad debería ser impuesta a un intermediario o grupo de intermediarios sin proveerle/s los incentivos y medios necesarios para que dicha implementación sea viable. Argumentan que la participación de terceras partes debería ser voluntaria y basada en la viabilidad comercial y operativa del sistema. Es clave considerar estos aspectos a los efectos de determinar la practicabilidad del mecanismo de recaudación.

Sistemas basados en tecnologías (Technology-based and/or technology-facilitated options)

El TAG (Technical Advisory Group) ha examinado diferentes opciones tecnológicas que agilizarían el cálculo y remisión del impuesto. La idea consiste en desarrollar en el mediano a largo plazo softwares que automáticamente calculen los impuestos generados en las transacciones y remitan, a través de instituciones financieras u otras terceras partes confiables, el impuesto al país que tenga jurisdicción. Este tipo de sistemas deben permitir el monitoreo y la verificación de las autoridades tributarias de los países exportadores e importadores.

El desarrollo de este tipo de herramientas requiere la intervención de empresas privadas con la necesaria participación de la administración tributaria para definir los estándares y controlar la performance. De igual manera, es fundamental la existencia de acuerdos comerciales y de cooperación e intercambio de información entre socios comerciales. Los especialistas prevén la implementación de este tipo de sistemas en el mediano a largo plazo.

DEFINICIÓN DEL HECHO GENERADOR DE UN IMPUESTO AL CONSUMO QUE GRAVE EL COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS

MODOS DE SUMINISTRO	MODO 1: Comercio Transfronterizo	MODO 2: Consumo en el Extranjero	MODO 3: Presencia comercial	MODO 4: Presencia de personas físicas
EJEMPLOS	Transporte, comunicaciones, seguros, servicios financieros, pagos de regalías y derechos de licencia, e-commerce.	Turismo, servicios médicos y educativos a no residentes. EXENTO	Construcción, servicios profesionales.	Servicios profesionales, culturales, deportivos.
ASPECTO OBJETIVO	Prestación de un servicio y/o venta de un bien digitalizable, a través de un medio de transmisión (datos, audio, video, energía, etc) por parte de un proveedor no residente a un usuario residente, empresa o consumidor final; tanto proveedor como usuario permanecen en sus respectivas jurisdicciones; es el servicio el que se traslada. Se grava la importación de servicios.	Prestación (exportación) de un servicio por parte de un residente a un no residente dentro del territorio aduanero nacional, por lo tanto debería estar exenta o existir mecanismos de devolución.	Prestación de un servicio por parte de una empresa subsidiaria, asociada o matriz no residente a otra empresa residente. Prestación de un servicio por parte de entidades no residentes que establezcan presencia comercial a personas residentes vinculadas o no.	Prestación (importación) de un servicio por parte de un no residente, en forma directa o a través de un dependiente, a un residente, dentro del territorio aduanero nacional.
ASPECTO	Condición de	Condición	Condición de	Condición de

Comercio Internacional de Servicios – Capítulo I: Aspectos generales

SUBJETIVO	no residente del proveedor y de residente del usuario que configuran el aspecto objetivo. Enumeración de posibles responsables: instituciones financieras y/o bancarias, medios de pago, otros intermediarios, usuarios contribuyentes, por ejemplo. Definir el concepto tributario de residencia.	de no residente del usuario y de residente del proveedor.	ser empresas vinculadas, una residente y otra no residente, o ser establecimiento temporal. Además, definir el concepto de vinculación.	no residente del proveedor y de residente del usuario. Determinación de responsables por obligaciones del no residente.
ASPECTO ESPACIAL	Lugar de la efectiva prestación del servicio, con las excepciones a esta regla en función de la naturaleza del servicio: servicios tangibles o intangibles. Establecer fictos y admitir que el contribuyente liquide el impuesto sobre base real.	Prestación del servicio dentro del territorio aduanero nacional.	Idem 1.	Prestación efectiva del servicio dentro del territorio aduanero nacional.
ASPECTO TEMPORAL	Criterio de lo devengado, grado de avance.	Idem modo 1.	Idem modo 1.	Idem modo 1.

DEFINICIÓN DEL HECHO GENERADOR DE UN IMPUESTO A LAS RENTAS GENERADAS POR EL COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS

MODOS DE SUMINISTRO	MODO 1: Comercio Transfronterizo	MODO 2: Consumo en el Extranjero	MODO 3: Presencia comercial	MODO 4: Presencia de personas físicas
ASPECTOS DEL HECHO GENERADOR				
ASPECTO OBJETIVO	Rentas provenientes de exportaciones de servicios, productos digitalizables, o derechos por parte de residentes, de modo que usuario y proveedor permanezcan en sus respectivas jurisdicciones.	Rentas provenientes del suministro de servicios a no residentes dentro del territorio aduanero nacional.	Rentas provenientes de los servicios prestados por residentes a sus filiales no residentes.	Rentas provenientes del suministro de servicios por parte de no residentes a residentes suministrados en el territorio aduanero nacional.
ASPECTO SUBJETIVO				
ASPECTO ESPACIAL	Lugar de la efectiva prestación del servicio, con las excepciones a esta regla en función de la naturaleza del servicio: servicios tangibles o intangibles. Establecer fictos y admitir que el contribuyente liquide el impuesto sobre		Servicios prestados en el territorio nacional o en el exterior. Admitir fictos o liquidación sobre base real para determinar la porción de fuente nacional y fuente extranjera.	Servicios materialmente prestados dentro del territorio aduanero nacional.

Comercio Internacional de Servicios – Capítulo I: Aspectos generales

	base real. Admitir la deducción de gastos por importación de servicios bajo esta misma modalidad.			
ASPECTO TEMPORAL	Criterio de lo devengado, grado de avance.	Idem 1	Idem 1	Idem 1

BIBLIOGRAFÍA DEL CAPÍTULO IV

Análisis económico de impuestos, J Due, Capítulo 5: Los principios de la imposición.

Objeto y Territorialidad del Impuesto al Valor Agregado, artículo emitido por la Asociación Argentina de Estudios Fiscales.

Tendencias de Equidad en el Derecho Tributario Internacional, artículo escrito por Mariana Gutiérrez, Asociación Argentina de Estudios Fiscales.

Emerging Concepts for Defining Place of Taxation for Cross-Border Supplies of Services and Intangibles, OECD

Consumption Tax Aspects of Electronic Commerce: A Report from Working Party No. 9 on Consumption Taxes to the Committee on Fiscal Affairs, OECD

Interjurisdictional Issues in the Design of a VAT, Michael Keen and Walter Hellerstein, Junio 2009

CAPÍTULO V: ENTREVISTAS

Las entrevistas realizadas son una muestra que tiene por objeto representar el universo basto y diverso de los servicios en el Uruguay. A través de esta herramienta de investigación se trató de ejemplificar la amplia casuística existente, con servicios financieros, profesionales, técnicos, regalías, etc., tanto exportaciones como importaciones, de personas físicas y empresas de capital público y privado. Así también, se indagó sobre la forma de suministro y la tributación de los mismos. Cada uno de los casos planteados ha sido clasificado de acuerdo con el AGCS (Modos 1, 2, 3, 4), tema desarrollado en el capítulo I. A continuación se presenta el cuestionario aplicado y las respuestas recibidas.

CUESTIONARIO:

- a) ¿Es exportador y/o importador de servicios? ¿Qué servicios exporta o importa? ¿En qué rubros?
- b) ¿Cómo capta a sus clientes? ¿Cómo contacta a sus proveedores?
- c) ¿Cómo suministra y/o recibe estos servicios?
- d) ¿Cómo cobra y/o paga estos servicios?
- e) ¿Qué documentación emite o recibe?
- f) ¿Qué tributos paga o retiene? ¿En qué jurisdicción?
- g) ¿Qué riesgos identifica con este tipo de transacciones?

RESPUESTAS:

MODO 1: CROSS BORDER SERVICES

Entrevista 1

- a) Se trata de un exportador de servicios en el área del diseño gráfico y de páginas webs. Los principales clientes son personas físicas y empresas de Argentina, México y España. Algunos de ellos son regulares y otros ocasionales. Esta es una actividad adicional a la actividad profesional que desempeña en una empresa de plaza.
- b) Los clientes llegan a conocer sus servicios a través de referencias o visitando su página web. El contacto con el cliente se realiza a través de correo electrónico.
- c) El diseño del trabajo es realizado en la oficina de su casa y se le envían muestras al cliente vía Internet; de ser necesario, se le envían algunos materiales por encomienda.
- d) Se cobra por anticipado una seña y el saldo contra entrega. Dependiendo del cliente, se puede pactar otra forma de pago. El cliente puede girar el dinero a una cuenta bancaria en Uruguay a nombre del prestador del servicio, o realizar el pago a través de PayPal en una cuenta abierta a tales efectos.

- e) No emite ningún tipo de documentación fiscal, ni tampoco sus clientes se lo han solicitado, ni las personas físicas ni las empresas.
- f) No declara ni realiza el pago de ningún tipo de tributo.
- g) Identifica el riesgo de que algún cliente no le pague el trabajo realizado, sin disponer de ningún tipo de herramientas para hacer efectivo el cobro.

Entrevista 2

- a) Se trata de un empresario nacional dedicado a la representación de deportistas profesionales uruguayos y extranjeros en el medio local y en el extranjero. Su servicio consiste en servir de intermediario entre los jugadores de fútbol representados y los clubes nacionales y del exterior y otras empresas que estén interesadas en utilizar la imagen del deportista para publicitar sus productos.
- b) Capta a sus clientes a través de referencias y contactos personales.
- c) Para llevar adelante su actividad, utiliza los medios de comunicación disponibles, viajes al extranjero, reuniones personales y en videoconferencia, y contactos personales. Su actividad la desarrolla parte en el Uruguay y parte en el extranjero.
- d) Sus servicios los cobra en efectivo al momento y en el lugar de celebración del contrato, o recibiendo transferencias bancarias a su cuenta personal en Uruguay o en el exterior.
- e) No emite ningún tipo de documentación.
- f) No realiza ningún tipo de pago en ninguna jurisdicción.
- g) Entiende que es una actividad en la que se asume un riesgo personal muy alto, ya que se invierten recursos personales y el retorno es incierto en cuanto al monto y al tiempo en que llegará.

Entrevista 3

- a) La empresa entrevistada se dedica a la venta de protectores para dispositivos como teléfonos celulares, notebooks, netbooks, mp3, consolas, etc. También comercializa música y cd's a través de otro portal. Los protectores tienen una gran variedad de diseños predefinidos y la posibilidad de que el usuario cree sus propios diseños personalizados.
- b) La venta se realiza a través de la página web, contando con representantes locales en varios países de América Latina que se encargan de la entrega del producto. En aquellos países donde no hay un representante debido al bajo volumen de operaciones, se realiza el envío vía courier. El cliente debe abonar por anticipado el producto, pudiendo ver y aprobar el diseño definitivo del protector. Para la difusión de sus servicios, la empresa realiza gastos de publicidad en diferentes buscadores, msn y redes sociales. Estos egresos los abona de la misma manera, en forma electrónica, raramente recibiendo documentación fiscal que le sirva para deducir los gastos.
- c) Ver b)
- d) El cobro del servicio es adelantado a través de giro bancario, Pay Pal, tarjeta de crédito. Pay Pal no presenta ningún requisito fiscal para la apertura de una cuenta que permita el envío o cobro de dinero. Ninguno de estos medios de pago realiza retenciones sobre los importes pagados.

- e) En los hechos ocurre que los clientes no solicitan documentación fiscal ya que la gran mayoría son personas físicas. Por lo tanto, buena parte de estas ventas no son documentadas, ni las locales ni las exportaciones.
- f) La empresa es contribuyente de IRAE e IVA.
- g) Referente a esa modalidad identifica el riesgo de que una inspección detecte operaciones no documentadas, realizando una compra on-line por la cual no se emita factura. También existen riesgos comerciales en el caso de que los clientes que abonan con tarjeta de crédito desconozcan la compra y la tarjeta proceda a descontar a la empresa los importes reclamados por el tarjetahabiente.

Entrevistas 4 y 5

- a) Importación de servicios. Modalidad: pago de regalías al exterior. Se efectuaron entrevistas a dos empresas licenciatarias de marcas de indumentaria deportiva internacionales: Puma, sponsor oficial de Peñarol y la Selección Uruguay, y Umbro, sponsor oficial de Nacional. En ambos casos las regalías son giradas al exterior a la firma internacional. El porcentaje de las mismas se calcula sobre la base de las compras realizadas al licenciador, no de las ventas realizadas, en tanto que el club de fútbol percibe un porcentaje sobre estas últimas con mínimos asegurados. El acuerdo comercial con las instituciones deportivas lo realiza la firma local, que posee los derechos exclusivos de comercialización en el territorio uruguayo. Las firmas locales importan las prendas (bienes) y el servicio de licencia.
- b) No aplica
- c) No aplica
- d) No aplica
- e) Por las compras de mercaderías, la empresa cuenta con la documentación de la importación. El pago de regalías se realiza mediante un anticipo al momento de la firma del contrato y pagos periódicos, generalmente mensuales. Las regalías se pagan mediante giro bancario, recibiendo una factura por tal concepto de la firma internacional. Al pago de las regalías se le retiene un 12% por concepto de IRNR. Similar mecanismo es aplicado por otras marcas internacionales como Adidas o Diadora, por ejemplo.
- f) Las empresas entrevistadas son contribuyentes uruguayos y tributan en la jurisdicción nacional. Se plantean los problemas señalados en el capítulo V respecto a la territorialidad de la prestación del servicio y a la normativa aplicable. También se plantea la problemática de la doble tributación de la compañía internacional.

Entrevistas 6 y 7

- a) Las firmas entrevistadas son empresas nacionales que importan y comercializan calzado y ropa, que forman parte de un grupo económico. Cuentan con uno o varios traders en China que se encargan de todos los aspectos referentes a la producción, para lo cual cobran honorarios y gastos.
- b) No aplica.

- c) No aplica.
- d) La empresa uruguaya realiza transferencias bancarias por adelantado para el pago de los lotes de producción solicitados, sumas de las cuales el trader descuenta su comisión y los gastos. Toda una serie de gastos y servicios no son facturados por el proveedor chino, sólo se factura el valor de la mercadería “en su mayoría”, disminuyendo el valor en aduana sobre el cual se pagan los aranceles y anticipos de impuestos. No aplica ningún tipo de retención a los pagos a los no residentes.
- e) No aplica
- f) La empresa uruguaya es contribuyente registrado.
- g) El riesgo de que en una inspección se detecten las diferencias resultantes entre los pagos al exterior y los comprobantes de las compras realizadas.

Entrevista 8

- a) UTE. Esta empresa pública exporta servicios de asesoría y consultoría a empresas públicas y privadas e instituciones del exterior, constituyendo una unidad de negocio en sí misma. Este servicio encuadra tanto en el Modo 1 como en los Modos 3 (Presencia comercial) o 4 (Trabajo temporario), dependiendo de la forma en que se suministre el servicio. Además, UTE ha celebrado acuerdos comerciales con Argentina y Brasil para la importación y exportación de energía eléctrica.
- b) UTE participa en licitaciones compitiendo con empresas de todo el mundo. En cuanto a la importación y exportación de energía (de fuente térmica o hidroeléctrica) con los países vecinos, anualmente se negocian los contratos de suministro en función de las necesidades previstas. Debido a su importancia para la economía nacional, estos acuerdos son alcanzados mediante negociaciones entre los Estados, si bien los proveedores de energía pueden ser empresas privadas concesionarias del servicio.
- c) La exportación de servicios de consultoría se efectúa a una gran diversidad de países: Filipinas, República Checa, Portugal, Eslovaquia, Moldavia, Polonia, Inglaterra, Argentina, Chile, Paraguay, Brasil, Perú, Colombia, Venezuela, Panamá, El Salvador, Nicaragua, Guatemala, México, República Dominicana. Las consultorías consisten en una gran variedad de servicios, como: customización e implantación de sistemas de gestión mantenimiento, sistema de gestión comercial, sistema de gestión económica, gestión de personal, sistema de gestión abastecimientos, mejora organizativa integral, diseño del modelo organizativo de gestión comercial, elaboración del plan de sistema de la empresa en arquitectura cliente-servidor, reingeniería de negocio, desarrollo del plan de distribución de energía, adaptación e implementación de sistema de base de datos de incidencias y del sistema de gestión de distribución, etc. Las mismas también tienen diferentes períodos de duración, que oscilan entre un par de meses o varios años (5 a 7). Los servicios de asesoría se desarrollan a medida, en función de las necesidades del cliente. También participa en proyectos locales, como son los casos del Ministerio de Defensa, la Universidad y el BROU.
- d) A través de transferencias bancarias.

-
- e) Se documenta la prestación del servicio de acuerdo con la normativa. No se aportaron mayores detalles al respecto.

Entrevista 9

- a) El CORREO. Esta empresa pública importa servicios al contratar a otros correos o empresas privadas de otros países para realizar las entregas, y exporta cuando realiza entregas para otras empresas del exterior dentro del territorio uruguayo. Cuenta con un convenio exclusivo con la firma internacional TNT (empresa licenciataria), constituida en Uruguay, mediante el cual esta última realiza los envíos al exterior. TNT Uruguay –establecimiento permanente-, a su vez, se sirve de los servicios de las demás filiales para cumplir con sus envíos. Además, el Correo Uruguayo forma parte de la UPU (Unión Postal Universal), por lo cual forma parte de una red de correos que se prestan servicios entre sí a los efectos de brindar una cobertura internacional. Además del servicio de courier, se están brindando otros servicios de tipo financiero.
- b) No aplica.
- c) Existe un servicio Premium que permite al usuario visualizar on line la trazabilidad del envío, en tanto que el servicio común no permite esta posibilidad debiendo consultar en alguna de las oficinas el status del servicio. También depende del grado de desarrollo de la infraestructura del país al cual se realice el envío.
- d) A la firma licenciataria se le liquida periódicamente los servicios recibidos, en tanto que con los correos de otros países se compensan los servicios prestados y recibos y se abona o cobra la diferencia, según corresponda.

Entrevista 10

- a) Aprovechando el “know how” desarrollado a lo largo de años de experiencia en el sector de telecomunicaciones nacionales, ANTEL, operador estatal, ha creado una empresa consultora llamada ITC S.A., la cual es sujeto de derecho privado con participación mayoritaria de ANTEL. ITC se dedica a proveer servicios de consultoría, asesoramiento profesional y asistencia técnica en telecomunicaciones, tecnología de la información, organización y recursos humanos, gestión estratégica y de operaciones, entre otros. ITC cumple con distintas funciones demandadas por sus clientes: autoridad técnica confiable, consultor especializado, integrador de sistemas y soluciones
- b) Para empresas y otras organizaciones, públicas y privadas, ubicadas en el Uruguay y en el extranjero. En sectores tales como Telecomunicaciones, Servicios Públicos, Banca y Finanzas, Transporte, Industria, Agroindustria, Salud, Educación, Gobierno Nacional y Gobiernos Locales. Entre los principales clientes del mercado local se encuentran: ANTEL - Administración Nacional de Telecomunicaciones, ANV - Agencia Nacional de Vivienda, ANCAP - Administración Nacional de Combustibles Alcohol y Portland, OSE - Obras Sanitarias del Estado, BSE - Banco de Seguros del Estado, AGESIC - Agencia de Gobierno Electrónico y Sociedad de la Información, Caja Notarial, MSP - Ministerio de Salud Pública, Corte Electoral, ANP - Administración Nacional de

Puertos, BCU - Banco Central del Uruguay, DGREC - Dirección General de Registro de Estado Civil, TNU - Televisión Nacional. Entre las principales exportaciones de servicios se pueden destacar: CNT (Ecuador), ASETA (Comunidad Andina), COPACO (Paraguay), ETAPA (Ecuador), ICE (Costa Rica).

- c) Estas exportaciones de servicios pueden encuadrarse tanto en el Modo 1 como en el Modo 4.
- d) Transferencias internacionales.
- e) Todas las exportaciones de servicios se documentan según la normativa.
- f) ITC es contribuyente uruguayo, tributando IVA (por las operaciones locales), IRAE e IP. Las consultorías son exportaciones –por lo tanto no gravadas con IVA- que no tienen un régimen fiscal especial. La empresa contrata profesionales uruguayos para la realización de las consultorías. Si la prestación del servicio se efectúa en Uruguay, el profesional le factura a ITC los honorarios más IVA, en cambio si la prestación del servicio se produce en el exterior, el profesional le factura a ITC los honorarios sin IVA.

MODO 2: CONSUMO EN EL EXTRANJERO

Entrevista 11

- a) Servicios de “Bed and Breakfast” para extranjeros. Son emprendimientos personales que consisten en brindar hospedaje para extranjeros.
- b) La captación de los turistas se realiza a través de Internet, en diferentes portales.
- c) Se realiza el contacto inicial a través de Internet, donde hay fotos y videos que muestran las prestaciones, se cobra un anticipo y agenda, y al arribo se hospeda a los visitantes, cobrando a su egreso el saldo restante. Otros servicios adicionales pueden ser contratados, como paseos y visitas guiadas, cursos de aprendizaje de idiomas, etc.
- d) Se cobra una seña a través de PayPal, transferencia bancaria, giro, o con tarjetas de crédito, para realizar la reserva. El saldo se cobra generalmente en efectivo.
- e) No se emite documentación fiscal, sólo los vouchers de tarjetas y demás documentación necesaria para el cobro del servicio.
- f) Ninguno.
- g) Riesgos comerciales.

Entrevista 12

- a) Se entrevistó a la Gerencia Comercial de ANTEL. ANCEL es una división dentro de la compañía. Este operador de telecomunicaciones ha alcanzado acuerdos comerciales con otros operadores de otros países a los efectos de suministrar el servicio de roaming, por utilización de su red. Este servicio es prestado por ANCEL, residente de la economía uruguaya, a turistas no residentes clientes de operadores de otros países con los cuales hay acuerdo vigente. Estamos en presencia de una exportación de servicio bajo la modalidad de consumo en el

extranjero. Del mismo modo, los clientes de ANCEL que consumen en el extranjero un servicio prestado por los operadores locales están importando un servicio bajo esta modalidad. El cliente recibe el servicio de la compañía local y abona el mismo a la compañía de la que es cliente, la cual remite el precio a la compañía prestadora del servicio. Este mecanismo opera por compensación de servicios prestados y recibidos. No hay una contratación directa en virtud de los acuerdos comerciales vigentes, en los cuales se estipulan las tarifas y servicios.

- b) No aplica
- c) No aplica
- d) No aplica
- e) Se facturan los servicios de roaming prestados.
- f) Como el servicio es prestado dentro del territorio uruguayo, está gravado con IVA. Se factura el servicio de roaming más IVA al operador de telecomunicaciones, el cual cobrará a su clientes según su propio régimen fiscal. Naturalmente, estas operaciones se encuentran gravadas por IRAE. En cuanto a las importaciones de servicios, ANTEL no efectúa ningún tipo de retención por los pagos al exterior debido a que los servicios recibidos fueron prestador fuera del territorio uruguayo.

MODO 3: PRESENCIA COMERCIAL

Entrevista 13

- a) Se entrevistó al Director de una agencia de publicidad uruguaya que exporta servicios para su casa matriz como a clientes del exterior.
- b) Los comerciales producidos para la casa matriz no son facturados por su valor total. Solamente se facturan los costos de contratar a terceros para la producción, sin ninguna utilidad ni aplicación de costos indirectos. En cambio, las producciones para clientes no vinculados sí se facturan al precio de mercado. Estamos en presencia de una exportación de servicios que no queda documentada ni registrada.
- c)
- d) Las modalidades de cobro son variadas: en ocasiones se compensan saldos entre las compañías, simplemente intercambiando recibos de pago sin que haya un flujo real de fondos, y otras facturas se cobran mediante transferencia bancaria.
- e) No se facturan las ventas de servicios a la casa matriz. Sí se facturan las ventas de servicios a empresas no vinculadas.
- f) La empresa es contribuyente uruguayo.
- g) La subfacturación impacta en la rentabilidad de la filial uruguaya ya que hay una importante cantidad de costos fijos que no existirían si la casa matriz no fuera uno de los principales clientes.

Entrevista 14

- a) Se entrevistó a un profesional que brinda servicios de asesoría financiera en representación de una administradora de fondos internacional (Royal Skandia). La casa matriz está ubicada en el paraíso fiscal de la Isla de Man, y tiene oficinas comerciales en Uruguay en una

- zona franca, desde donde brinda cobertura a la región. Por un lado, el profesional uruguayo exporta sus servicios a la firma internacional, y, por otro, esta última brinda servicios financieros a residentes uruguayos.
- b) La firma tiene por objeto la captación de capitales a través de su red de agentes locales.
 - c) Ofrece su servicio de asesoramiento en materia financiera a través de sus agentes y call center locales, y aplicaciones a través de Internet que permiten a sus clientes acceder a información de la evolución de sus inversiones y de otros fondos e instrumentos de inversión.
 - d) Los agentes facturan a la compañía los servicios prestados. La compañía cobra una comisión a sus clientes por la administración, la cual es debitada periódicamente de su cuenta.
 - e) Royal Skandia es usuario de zona franca, por lo cual está exonerado de tributos nacionales.
 - f) No aplica.

Entrevista 15

- a) La empresa es una farmacéutica de capitales argentinos ubicada en Zonamérica, con filiales en varios países de América Latina. El grupo económico se encuentra conformado por varias empresas usuarias de zona franca, cada una de las cuales realiza una función específica: administración y finanzas, y compras, producción y logística. La producción se encuentra descentralizada en diferentes países, en tanto que la administración del grupo está centralizada en Uruguay.
- b) No aplica.
- c) Entre filiales hay compras y ventas de bienes, ya que se trata de entidades independientes pero que, en última instancia, directa o indirectamente, son propiedad del mismo grupo accionista.
- d) El cobro se efectúa por transferencias bancarias.
- e) Los servicios de administración y finanzas para todo el grupo se encuentran centralizados en una de las empresas del grupo ubicada en zona franca. Estos servicios no son facturados a las filiales del exterior; sólo se facturan servicios de administración a las otras empresas vinculadas usuarias de zona franca, por lo cual dichas transacciones no se encuentran gravadas. También se realizan pagos al exterior por servicios técnicos y comerciales, por los cuales no se efectúa ninguna retención fiscal.
- f) Como usuario de zona franca se encuentra exonerado de tributos nacionales. En la casa matriz en Uruguay trabajan de forma permanente (son residentes) directores y cuerpo gerencial integrado por personas extranjeras, por las cuales la empresa retiene IRNR (según artículo 20, Ley 15.921), lo cual se podría asimilar a una importación de servicios según el modo 4.

Entrevista 16

- a) Esta empresa es de capitales franceses y está ubicada en Aguada Park. Se dedica al desarrollo de soluciones modulares para empresas petroleras, mineras, ejércitos, u otro tipo de compañías u organizaciones

que desarrollen actividades en zonas geográficas aisladas que requieran la instalación de un complejo donde se pueda trabajar y vivir (edificaciones, módulos habitacionales, plantas purificadoras de agua, plantas de tratamiento de residuos, etc). Las soluciones modulares incluyen el diseño de las instalaciones y la fabricación de las mismas. La producción se realiza en Dubai. La administración regional se encuentra en Uruguay motivada por la posición geográfica, la competitividad de costos, y las exoneraciones fiscales.

- b) Sus clientes son mayormente del exterior, siendo atendidos por la empresa usuaria de zona franca. Asimismo ha constituido otra sociedad fuera de zona franca para desarrollar actividades en el mercado local debido a requisitos legales.
- c) Los servicios que exporta consisten en servicios de arquitectura e ingeniería, para el planeamiento y desarrollo de las instalaciones que dependerán de la actividad que el cliente necesite para llevar a cabo.
- d) El cobro de los servicios se efectúa a través de transferencias bancarias. La empresa también paga al exterior diferentes servicios de asesoría fiscal, contable, recursos humanos, técnicos, etc., por los cuales no realiza ninguna retención fiscal.
- e) Los servicios se documentan mediante facturas.
- f) Como usuario de zona franca se encuentra exonerado de tributos nacionales. La empresa constituida en territorio aduanero uruguayo es contribuyente, pero no realiza exportaciones de servicios, aunque sí recibe la asistencia y el soporte técnico y administrativo de la empresa ubicada en zona franca.

MODO 4: TRABAJO TEMPORAL

Entrevista 17

- a) La empresa entrevistada es un canal de televisión de aire de Montevideo, que contrata artistas (actores) y productores argentinos para la realización de sus programas. Se trata de una contratación temporal y no de carácter exclusivo, ya que estas personas físicas no residentes realizan otras actividades en su país de origen, dedicándose algunos días de la semana a la actividad en el canal. La duración del contrato es hasta la terminación del rodaje del programa. Es una importación de servicios.
- b) Las personas contratadas son reconocidas en el medio local y en el exterior.
- c) El canal realiza un contrato a término en el cual se establecen las condiciones de trabajo.
- d) Se paga con cheque o depósito en cuenta bancaria.
- e) Se emiten recibos de sueldo, realizando los aportes a la seguridad social y anticipos de renta que correspondan.
- f) El canal es contribuyente de IRAE e IVA. Paga los tributos de seguridad social.
- g) Los riesgos laborales propios del tipo de contratación.

CONCLUSIONES

CAPÍTULO I: ASPECTOS GENERALES

- No es posible formular una definición de los servicios en función de sus características que sea lo suficientemente amplia para abarcar el universo de estudio. Resulta más conveniente elaborar una definición basada en los efectos o resultados causados por la movilidad de bienes, personas, capital e información, ya sean estos tendientes a modificar o preservar el estado de una persona o entidad, o de un bien.
- La definición que elabora el AGCS de los cuatro modos de suministro de los servicios a nivel internacional constituye un aporte conceptual significativo que puede servir de marco conceptual para la legislación nacional en materia comercial y tributaria, y también para la elaboración de estadísticas del comercio nacional.

CAPÍTULO II: ASPECTOS ECONÓMICOS

- Las principales barreras al comercio internacional de servicios son de tipo no arancelarios. La aplicación de instrumentos de protección ocasionan una pérdida social agravada por un efecto redistributivo al interior de la economía por el cual determinados grupos ganan y otros pierden.
- Los diferentes modelos analizados muestran que el comercio de servicios genera un incremento del ingreso mundial y nacional.
- En general en todos los modelos teóricos planteados, la liberalización de los servicios tiene efectos positivos para la economía en su conjunto: hay una ganancia social.
- Para economías pequeñas como la uruguaya, es fundamental desarrollar políticas que incentiven la inversión directa para poder aprovechar los beneficios de la expansión del comercio internacional de servicios.
- Entre las principales variables explicativas de la competitividad de los servicios a nivel internacional se identifican: a) el nivel del PBI, b) la capacidad de los países para captar inversiones del exterior, c) el uso y aplicación de las tecnologías de información y comunicaciones.

CAPÍTULO III: LA MEDICIÓN DEL COMERCIO INTERNACIONAL DE SERVICIOS

- La medición adecuada, oportuna y confiable del comercio de servicios es una herramienta fundamental para el desarrollo y la evaluación de políticas y acuerdos comerciales.
- Existen desajustes o discrepancias entre el sistema de contabilidad nacional que recoge las estadísticas y los modos de suministro del GATS, los cuales pueden estrecharse mediante varias aproximaciones o estimaciones.

CAPÍTULO IV: ASPECTOS TRIBUTARIOS

- La principal problemática en relación con la tributación internacional de los servicios es la determinación de su lugar de prestación –dada su naturaleza intangible- a los efectos de la atribución de jurisdicción. A este respecto, los organismos internacionales, impulsados por las necesidades e intereses de los países desarrollados, han elaborado un marco conceptual que incluye también una serie de recomendaciones o alternativas prácticas que tratan de conciliar de alguna manera los conceptos teóricos con el objetivo de evitar la no tributación y evasión y, al mismo tiempo, lograr la eficiencia tributaria.
- Desde el punto de vista estrictamente teórico, los servicios deben gravarse en la jurisdicción donde efectivamente se prestaron. En cambio, desde el punto de vista práctico, de equidad y eficiencia tributarias, los servicios tienen que gravarse en origen o en destino de manera ficta, recayendo la carga sobre el prestador o el usuario según convenga a la administración tributaria, y, en todo caso, admitiendo la determinación sobre base real que haga el contribuyente.
- Entre las diferentes alternativas planteadas en el capítulo, entiendo que la clasificación previa de los servicios en tangibles e intangibles es de suma utilidad a los efectos de determinar el lugar de prestación del servicio sobre base ficta o fiscal (que no necesariamente se aproxima a la real), o mixta. También es fundamental tener en cuenta si los proveedores o usuarios del servicio son empresas registradas o consumidores finales, siendo recomendable que la obligación tributaria recaiga sobre las primeras. En atención a este último aspecto, en las transacciones B2B (Business to business) es preferible gravar en destino por razones de neutralidad económica, en tanto que en las transacciones B2C (Business to consumer) es recomendable gravar en origen por razones de eficiencia.
- En cuanto a la discusión sobre la disyuntiva de gravar los servicios en origen o destino a los efectos de los impuestos indirectos, a Uruguay, como país importador neto de servicios, le conviene la segunda opción de modo de ampliar la base imponible. Desde el punto de vista del impuesto a la renta, la aplicación del principio de la fuente implica gravar sobre base ficta los servicios prestados por no residentes dentro del territorio uruguayo y aplicar retenciones sobre las transferencias de fondos al exterior para tratar de asegurar el cobro de dichos tributos.
- Sería recomendable que las normas tributarias incorporen en la definición de los aspectos sustanciales del tributo (objetivo, subjetivo, espacial, temporal) una conceptualización de los servicios compatible con los cuatro modos de suministro.
- En cuanto a la aplicabilidad en el Uruguay de los mecanismos de recaudación mencionados visualizo con mayor viabilidad a la autoliquidación por parte del importador y la recaudación por terceras partes. La primera puede ser viable, pero requiere de incentivos fiscales, como la deducibilidad del gasto, lo cual no es aplicable a los consumidores finales. La segunda consiste en el nombramiento de responsables tributarios, siendo candidatos los intermediarios

financieros cuya participación es fundamental para la realización de las transacciones. Estos mecanismos tienen que ser acompañados por un desarrollo de las tecnologías de información que facilite las acciones de control e inspección de los contribuyentes.

- Otro importante problema planteado es el de la doble tributación. La forma de evitarla –y prevenir sus efectos desestimulantes para el comercio- es buscar la armonización de las normas tributarias y la coordinación internacional de las administraciones tributarias.

CAPÍTULO V: ENTREVISTAS

Aspectos generales:

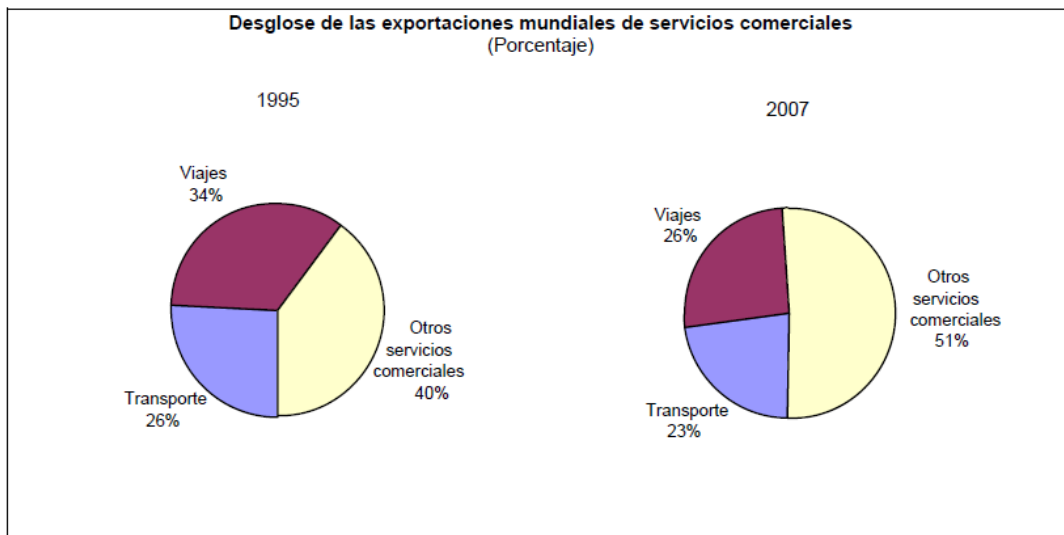
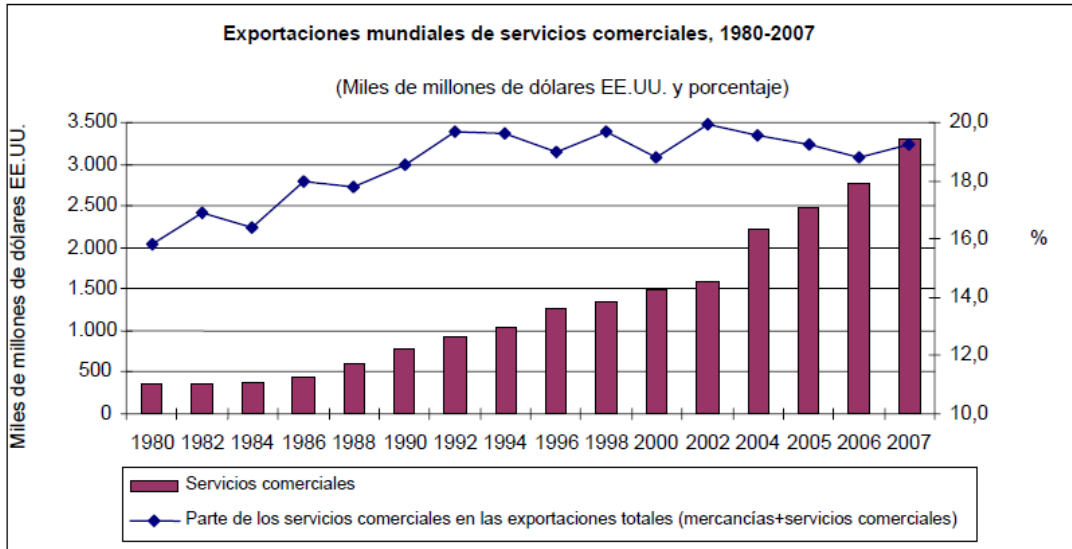
- El desarrollo de las tecnologías de información y telecomunicaciones brinda una enorme oportunidad para el desarrollo del comercio internacional de servicios. En particular en el Uruguay, su posición geográfica dentro de la región, los costos y capacidad de sus recursos humanos, la infraestructura disponible, la estabilidad económica y política, los incentivos fiscales, brindan ventajas comparativas para la radicación de inversiones directas enfocada al sector servicios tanto para el mercado interno como externo. Así también, la creciente integración económica genera nuevas oportunidades.
- Una de las grandes dificultades para las empresas uruguayas exportadoras de bienes es lograr economías de escala para poder ser competitivas en el mercado internacional. Las empresas de servicios, en cambio, se especializan en la “customización” de sus propuestas generando mayor valor agregado.
- El desarrollo de las zonas francas representa un gran atractivo para la inversión directa extranjera, ya que ofrece incentivos fiscales adicionales a las ventajas competitivas del mercado laboral uruguayo y la posición geográfica estratégica dentro de la región. Numerosas empresas de servicios de diversa naturaleza orientadas al mercado externo han localizado sus centros de operación regional o casas matrices en estas zonas de incentivo fiscal.
- Estas nuevas oportunidades no están reservadas únicamente para los grandes inversores; por el contrario, gran cantidad de prestadores de servicios unipersonales encuentran mayores facilidades para acceder a nuevos mercados.
- Las empresas entrevistadas dan muestra de la tendencia de internacionalización de las empresas, las cuales orientan sus servicios a mercados externos. Además, se observa que para acceder a nuevos mercados las empresas recurren a una gran variedad de innovadores modelos de negocios, desconcentración empresarial, outsourcing, y acuerdos comerciales que le permiten compartir riesgos y potenciar sus ventajas competitivas. La expansión hacia mercados foráneos se debe a la búsqueda de cercanía con sus clientes. La forma más común de internacionalización de las empresas consiste en la estrategia de implantación de filiales.
- Se observa el gran potencial de empresas uruguayas tanto privadas como públicas de desarrollar servicios de exportación teniendo como plataforma la experiencia obtenida en el mercado local. Estas empresas han consolidado una posición dentro del mercado nacional que les

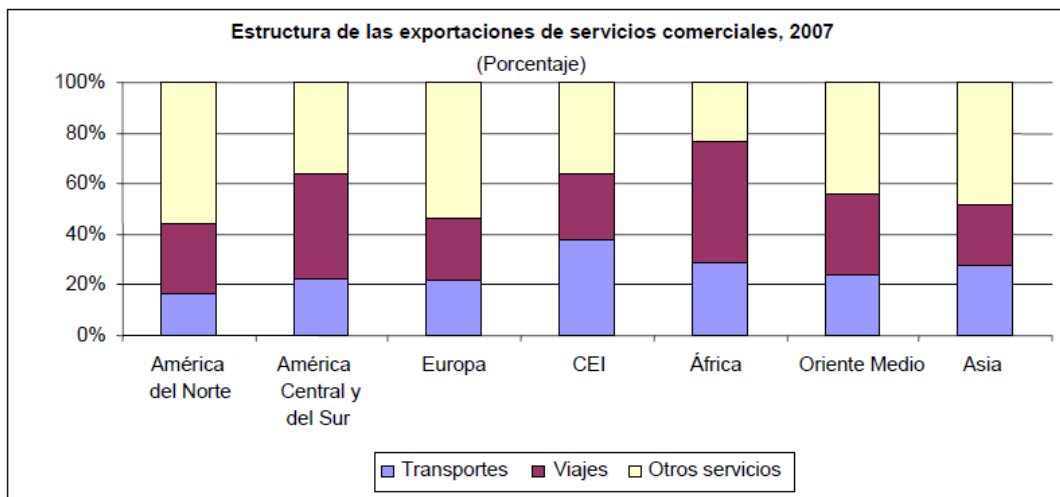
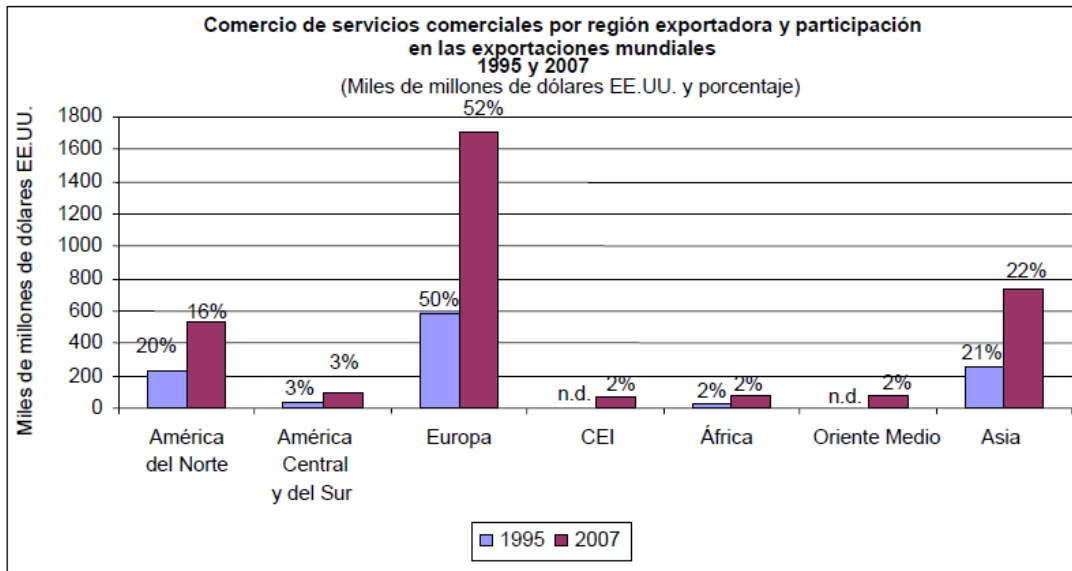
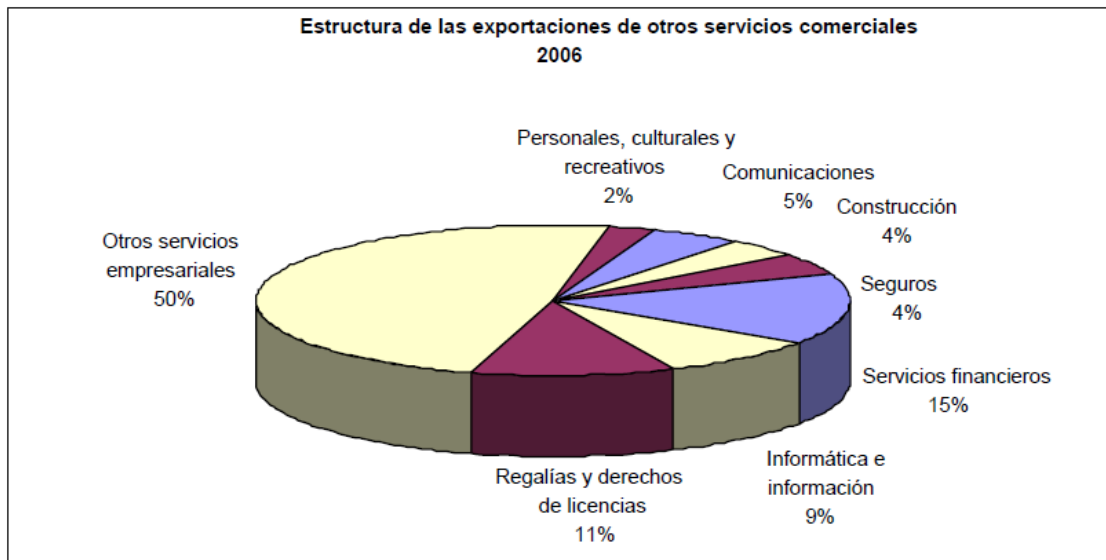
permite expandir sus operaciones en el mercado internacional. Estas empresas han captado clientes tanto en países con menor grado de desarrollo como –en otros casos- en países desarrollados. De ahí la importancia de fomentar un mercado interno competitivo, para lo cual es fundamental la apertura de la economía y el estímulo a la inversión. El gran desafío sigue siendo el desarrollo del capital intelectual (humano y estructural), área en la cual las exportaciones de software son reflejo del que algunas empresas uruguayas han desarrollado.

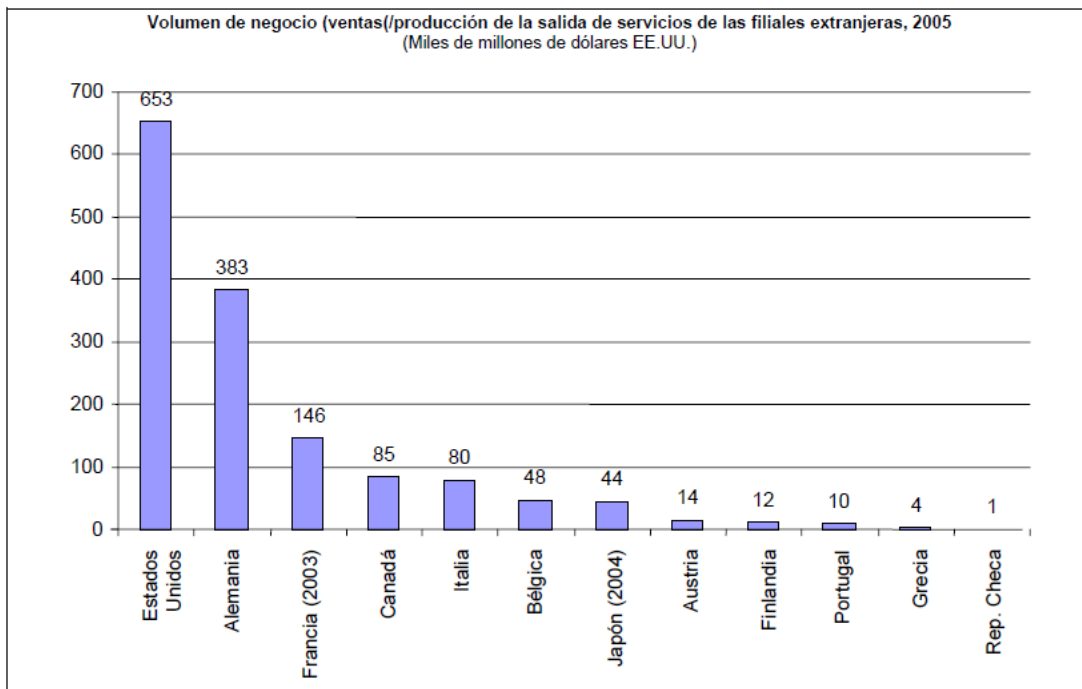
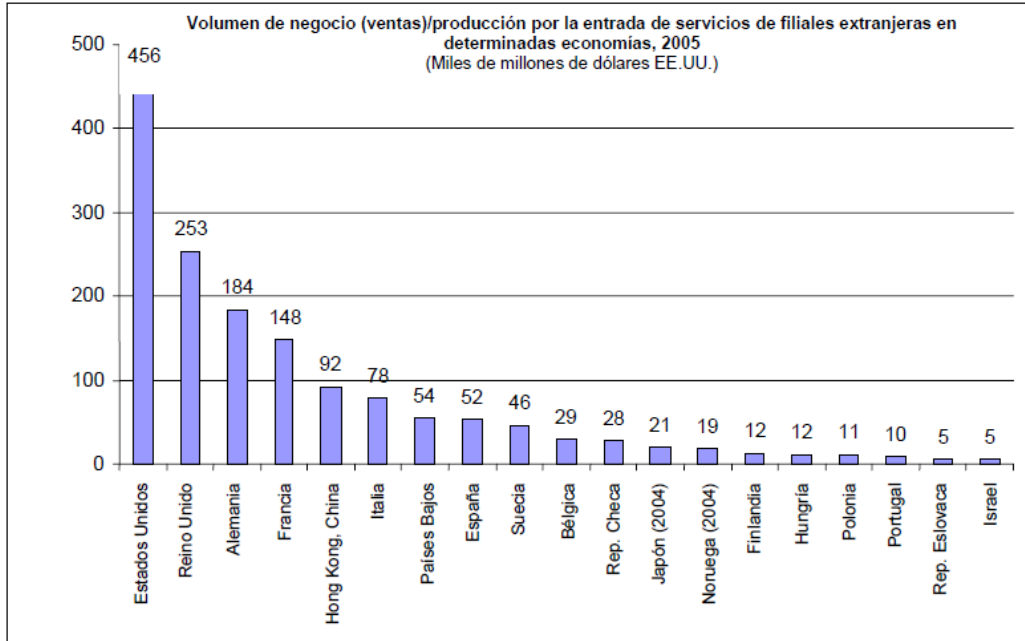
Aspectos tributarios:

- En cuanto a los aspectos tributarios, se puede concluir que: a) las empresas con importante facturación expresan conocer y cumplir con sus obligaciones fiscales, ya sea en carácter de contribuyente o responsable; b) se detectaron algunas irregularidades en empresas privadas de importancia económica (cuya identificación se mantiene bajo reserva), debido –a nuestro juicio- a los valores culturales impulsados por la dirección, a los procedimientos contables que encubren o disimulan estas situaciones, y la ausencia de controles efectivos por parte de la administración tributaria; y c) los prestadores de servicios personales –algunos de ellos de escasa importancia económica relativa- son los más propensos a incumplir con las normas fiscales, dada la falta de controles e incentivos fiscales, la ausencia de educación tributaria en el país, y la naturaleza intangible de su actividad.
- También es posible afirmar que la evasión fiscal de los contribuyentes prestadores de servicios es facilitada por: a) la disponibilidad y accesibilidad de las herramientas informáticas y comunicaciones; b) las zonas grises causadas por la falta de regulación; c) la presencia de numerosos intermediarios financieros que posibilitan el flujo de fondos con seguridad y rapidez, sin dejar rastro, y sin exigir el cumplimiento de normas fiscales a las partes intervinientes.
- Teniendo en cuenta los riesgos implícitos en un sistema basado en la autoliquidación de los tributos por parte del contribuyente, resulta fundamental establecer mecanismos de recaudación y control efectivos. La participación de los intermediarios financieros y los proveedores de servicios de banda ancha –entre otros- es esencial en el pujante desarrollo del comercio internacional de servicios. Es por ello que estos agentes son potenciales candidatos para ser nombrados agentes de retención.
- Es recurrente el reclamo por parte de los prestadores de servicios personales y de venta de bienes y productos digitalizables a través de Internet, de la falta de incentivos fiscales para regularizar su situación, así como la imposibilidad de deducir gastos necesarios para el desarrollo de su actividad.
- La regulación tributaria de los servicios a nivel internacional es incipiente y requiere indudablemente de la coordinación y armonización de los marcos legales de los diferentes países y/o bloques económicos.

ANEXO ESTADÍSTICO







Volumen de las exportaciones mundiales de mercancías y PIB, 1950-2006

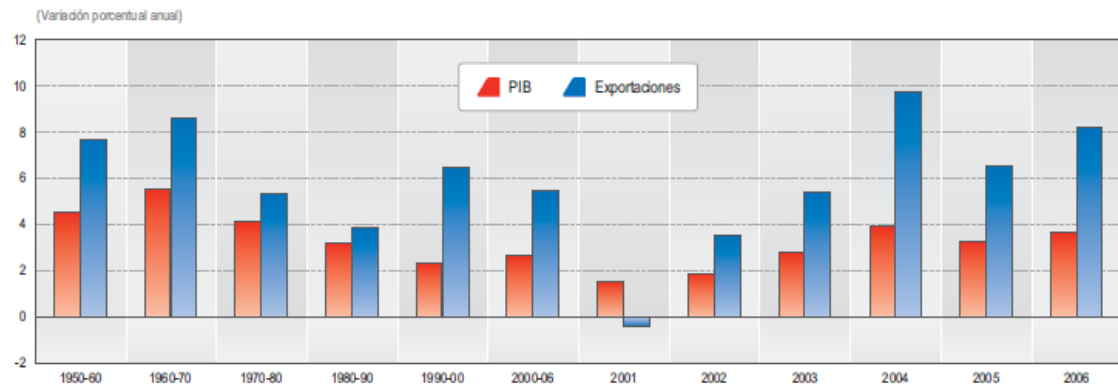
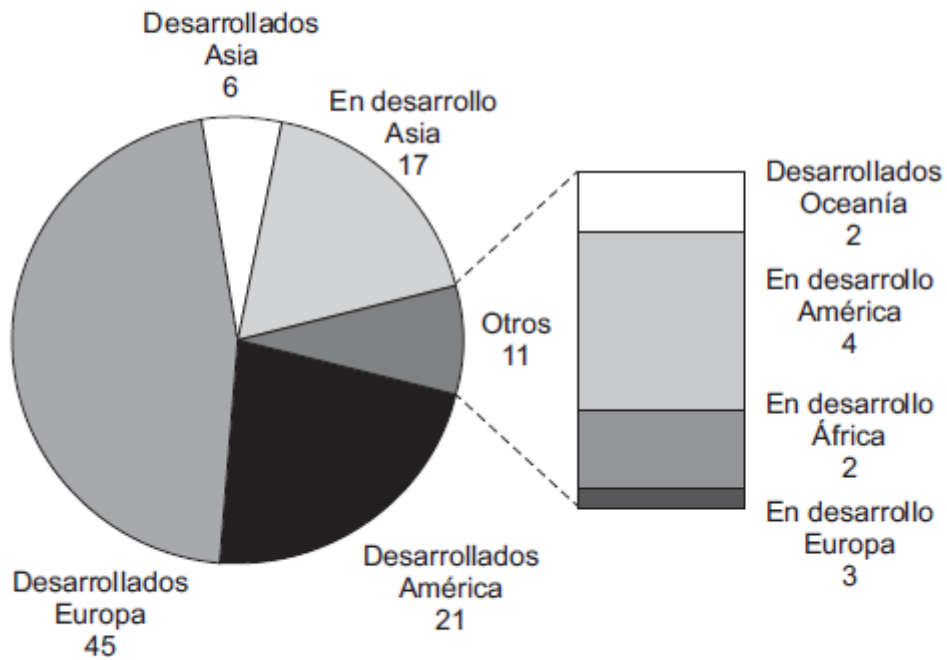


GRÁFICO 4

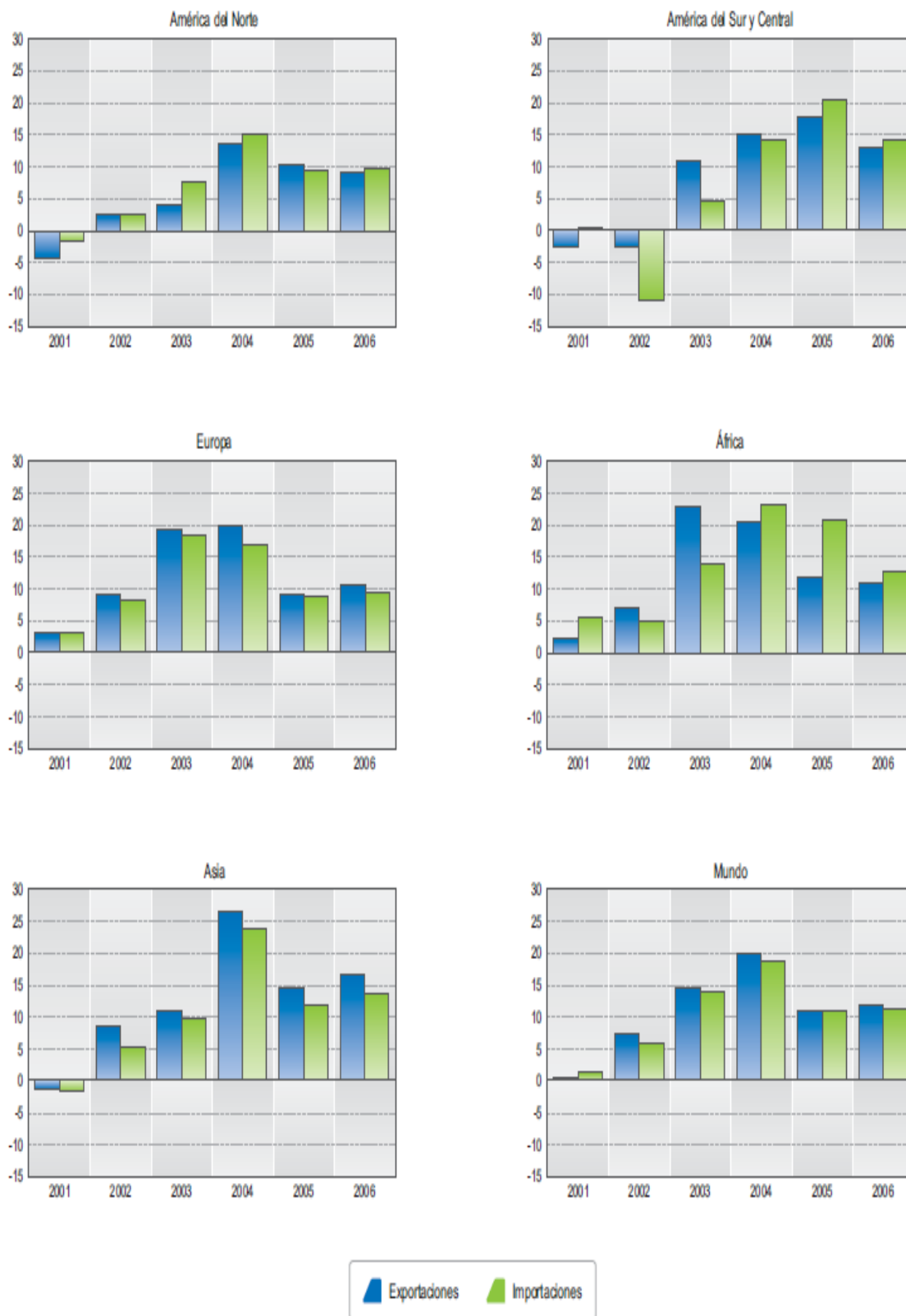
DISTRIBUCIÓN DEL COMERCIO MUNDIAL DE SERVICIOS, 2000 (En %)



FUENTE: Balanza de Pagos-FMI (2003).

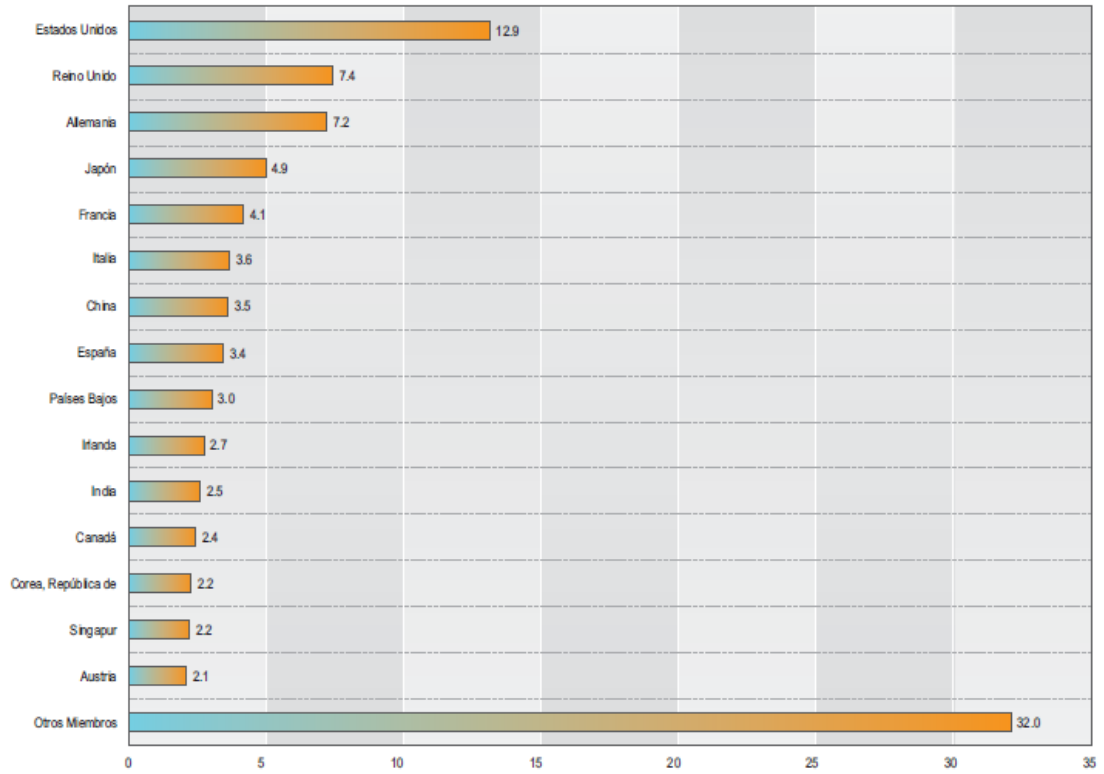
Comercio mundial de servicios comerciales de ciertas regiones, 2000-2006

(Variación porcentual anual en valor)



Parte correspondiente a los Miembros de la OMC en el comercio mundial de servicios comerciales, 2006

(Porcentaje)



Parte correspondiente a los Miembros de la OMC en el comercio mundial de servicios comerciales (excluido el comercio intra-UE (25)), 2006

(Porcentaje)

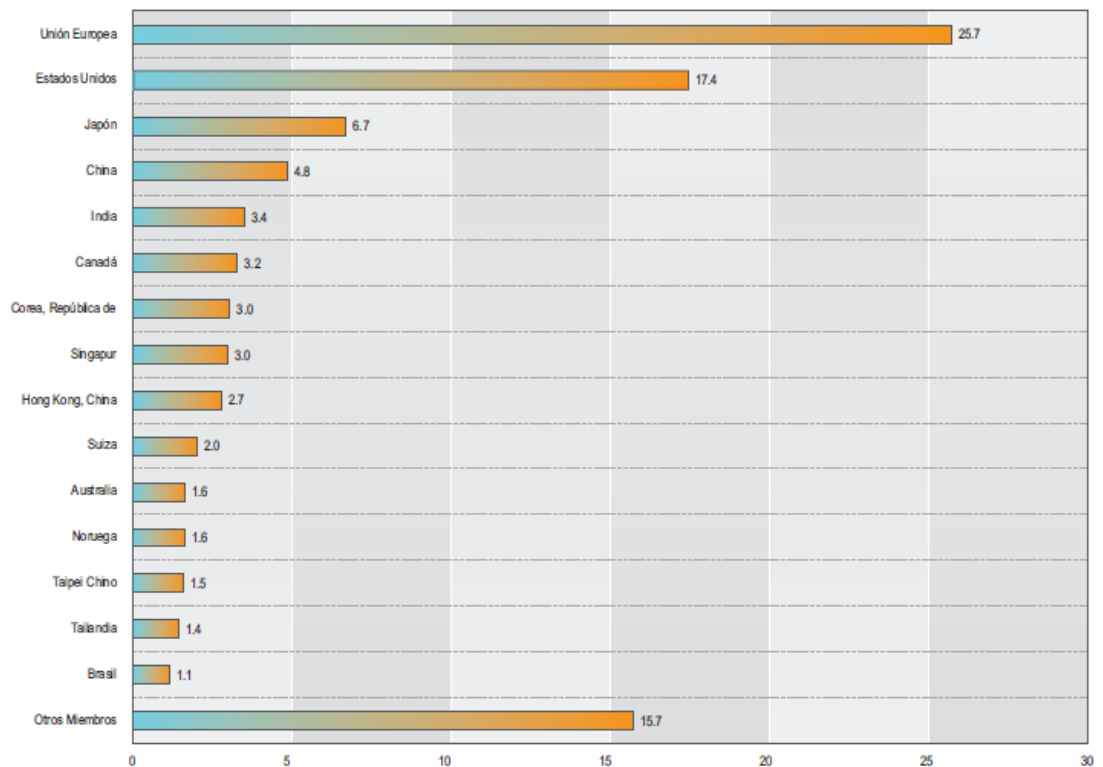
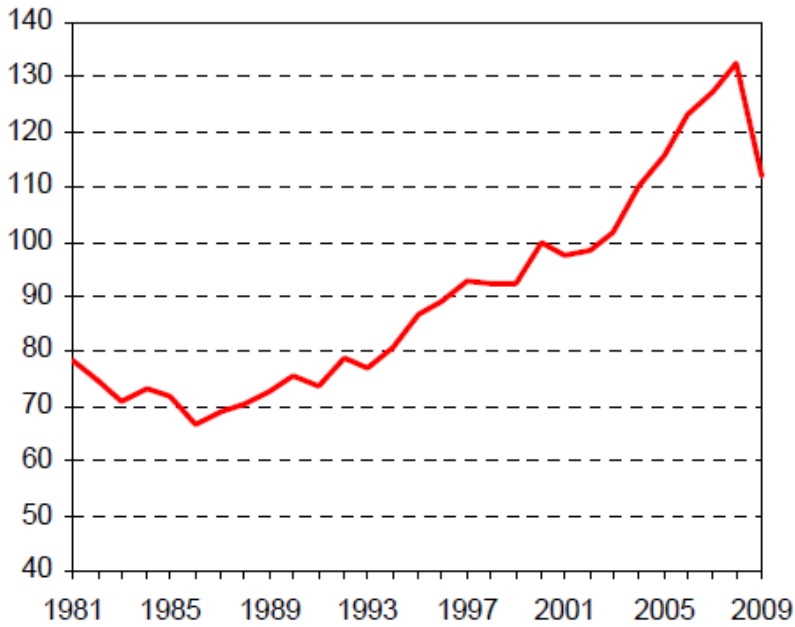
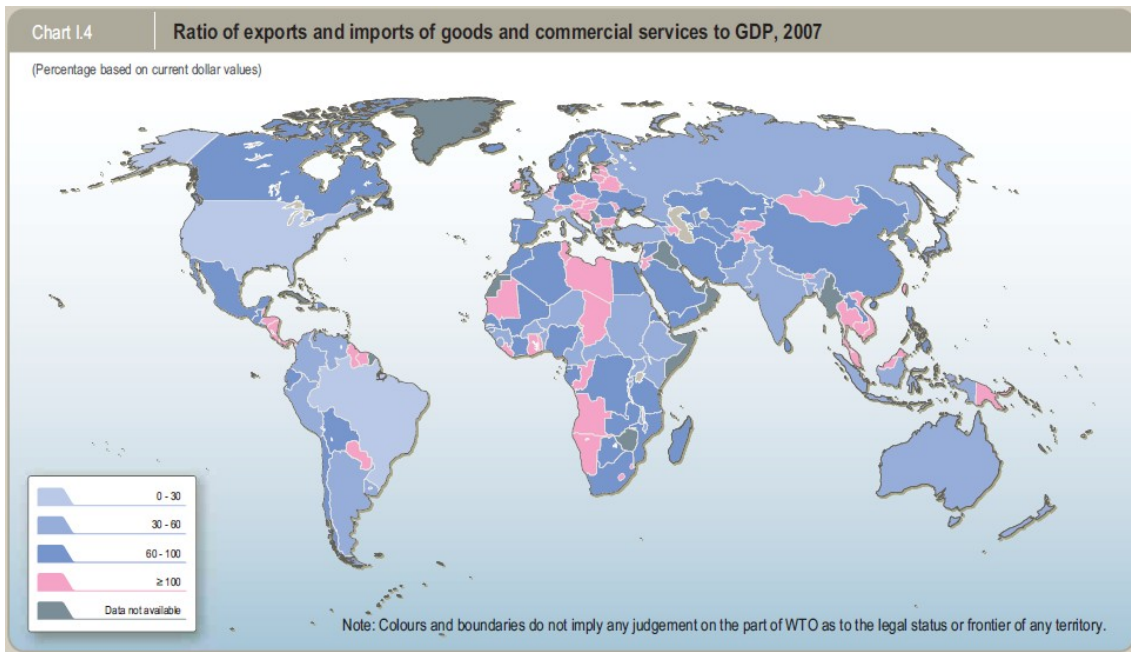


Chart 2: Ratio of world exports of goods and commercial services to GDP, 1981-2009

(Index 2000=100)



Source: IMF for world GDP, WTO Secretariat for world trade in goods and commercial services.



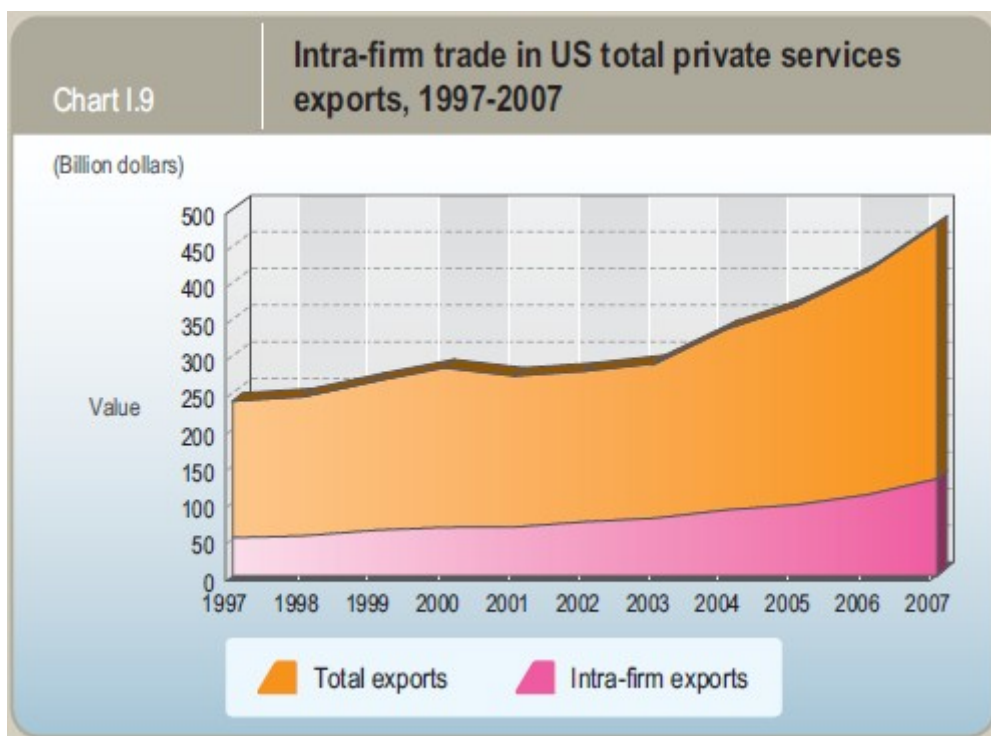
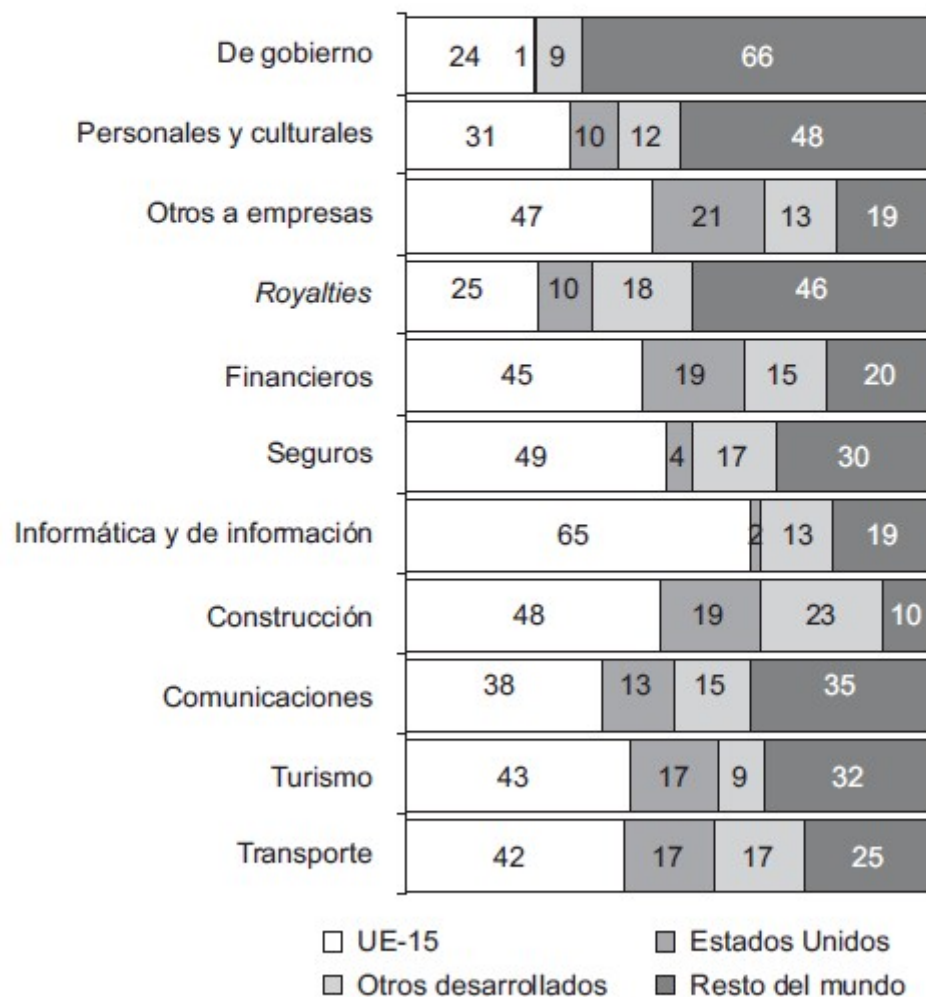


GRÁFICO 5

DISTRIBUCIÓN DEL COMERCIO DE SERVICIOS EN EL MUNDO POR SECTORES, 2000 (En %)



FUENTE: Balanza de Pagos-FMI (2003).

Comercio Internacional de Servicios – Capítulo I: Aspectos generales

World merchandise trade and trade in commercial services by region and selected economy, 2008

(Annual percentage change)

Exports				Imports		
2000-08	2007	2008		2000-08	2007	2008
Merchandise						
12	16	15	World	12	15	15
7	11	11	North America	7	6	8
6	12	12	United States	7	5	7
6	8	9	Canada	7	9	7
15	14	21	South and Central America	14	25	30
17	17	23	Brazil	15	32	44
17	15	-2	Chile	16	23	31
12	16	11	Europe	12	16	12
12	16	10	European Union (27)	12	16	12
12	16	16	Switzerland	10	14	14
22	21	35	Commonwealth of Independent States (CIS)	25	35	32
21	17	33	Russian Federation	26	36	31
21	28	36	Ukraine	25	35	41
18	18	28	Africa	17	24	26
13	20	16	South Africa	16	12	12
18	12	23	Nigeria a	22	35	41
18	16	33	Middle East	17	24	25
19	11	33	Saudi Arabia a	18	29	28
21	24	28	United Arab Emirates a	21	32	25
13	16	14	Asia	14	15	20
24	26	17	China	22	21	18
6	10	9	Japan	9	7	23
Commercial services						
12	20	12	World	12	19	12
8	14	9	North America	8	9	7
8	16	10	United States	7	9	8
6	8	2	Canada	9	14	6
11	18	15	South and Central America	10	21	20
16	26	27	Brazil	14	28	28
12	30	16	Argentina	4	28	19
13	21	11	Europe	12	19	10
13	21	11	European Union (27)	12	19	10
12	20	16	Switzerland	12	18	10
22	27	28	Commonwealth of Independent States (CIS)	22	30	25
23	27	30	Russian Federation	21	32	29
21	26	27	Ukraine	25	29	37
...	23	13	Africa	...	30	15
12	24	26	Egypt	11	27	25
...	13	-8	South Africa	...	16	2
14	14	19	Middle East	17	30	19
6	10	13	Israel	7	20	11
8	8	...	Saudi Arabia	15	59	...
14	21	14	Asia	12	18	14
10	10	15	Japan	6	11	13
22	33	20	China	20	29	22

a Secretariat estimates.

Table 2: GDP and merchandise trade by region, 2007-2009

Annual % change at constant prices (2005)

	GDP			Exports			Imports		
	2007	2008	2009	2007	2008	2009	2007	2008	2009
World	3.8	1.6	-2.3	6.4	2.1	-12.2	6.1	2.2	-12.9
North America	2.2	0.5	-2.7	4.8	2.1	-14.4	2.0	-2.4	-16.3
United States	2.1	0.4	-2.4	6.7	5.8	-13.9	1.1	-3.7	-16.5
South and Central America a	6.4	5.0	-0.8	3.3	0.8	-5.7	17.6	13.3	-16.3
Europe	2.9	0.8	-4.0	4.2	0.0	-14.4	4.4	-0.6	-14.5
European Union (27)	2.8	0.7	-4.2	4.0	-0.1	-14.8	4.1	-0.8	-14.5
Commonwealth of Independent States (CIS)	8.3	5.3	-7.1	7.5	2.2	-9.5	19.9	16.3	-20.2
Africa	5.8	4.7	1.6	4.8	0.7	-5.6	13.8	14.1	-5.6
Middle East	5.5	5.4	1.0	4.5	2.3	-4.9	14.6	14.6	-10.6
Asia	6.0	2.7	0.1	11.7	5.5	-11.1	8.2	4.7	-7.9
China	13.0	9.0	8.5	19.8	8.6	-10.5	13.8	3.8	2.8
Japan	2.3	-1.2	-5.0	9.4	2.3	-24.9	1.3	-1.3	-12.8
India	9.4	7.3	5.4	14.4	14.4	-6.2	18.7	17.3	-4.4
Newly industrialized economies (4) b	5.6	1.6	-0.8	9.0	4.9	-5.9	5.3	3.5	-11.4

a Includes the Caribbean.

b Hong Kong, China; Republic of Korea; Singapore and Chinese Taipei.

Source: WTO Secretariat.

Table 3: World exports of merchandise and commercial services, 2005-2009

\$bn and % change

	Value	Annual % change			
	2009	2005-09	2007	2008	2009
Merchandise	12147	4	16	15	-23
Commercial services	3312	7	20	12	-13

Source: WTO Secretariat

Table 4: World exports of commercial services by major category, 2009

\$bn and % change

	Value	Annual % change			
	2009	2005-09	2007	2008	2009
Commercial services	3312	7	20	12	-13
Transport	704	5	20	16	-21
Travel	854	6	15	11	-11
Other commercial services	1754	10	23	12	-10

Source: WTO Secretariat

Comercio Internacional de Servicios – Capítulo I: Aspectos generales

World merchandise trade by region and selected country, 2009

(Billion dollars and percentage)

	Exports					Imports				
	Value	Annual percentage change				Value	Annual percentage change			
	2009	2005-09	2007	2008	2009	2009	2005-09	2007	2008	2009
World	12147	4	16	15	-23	12385	4	15	16	-24
North America	1602	2	11	11	-21	2177	-1	6	8	-25
United States	1057	4	12	12	-18	1604	-2	5	7	-26
Canada	316	-3	8	9	-31	330	1	9	7	-21
Mexico	230	2	9	7	-21	242	1	10	10	-24
South and Central America ^a	461	6	14	21	-24	444	10	25	30	-25
Brazil	153	7	17	23	-23	134	15	32	44	-27
Other South and Central America ^a	308	6	13	20	-24	311	9	23	25	-25
Europe	4995	3	16	11	-23	5142	3	16	12	-25
European Union (27)	4567	3	16	11	-23	4714	3	16	12	-25
Germany	1121	4	19	9	-22	931	5	16	12	-21
France	475	1	11	9	-21	551	2	14	14	-22
Netherlands	499	5	19	16	-22	446	5	18	18	-23
United Kingdom ^b	351	-2	-2	5	-24	480	-2	4	2	-24
Italy	405	2	20	8	-25	410	2	16	8	-26
Commonwealth of Independent States (CIS)	452	7	21	35	-36	332	11	35	32	-33
Russian Federation ^c	304	6	17	33	-36	192	11	36	31	-34
Africa	379	5	18	28	-32	400	12	23	27	-16
South Africa	63	5	20	16	-22	72	4	12	12	-28
Africa less South Africa	317	5	17	31	-33	328	14	27	32	-13
Oil exporters ^d	204	3	17	34	-40	129	16	29	39	-11
Non oil exporters	113	9	16	23	-17	199	13	27	28	-14
Middle East	691	6	16	33	-33	493	10	25	28	-18
Asia	3566	6	16	15	-18	3397	6	15	21	-21
China	1202	12	26	17	-16	1006	11	21	18	-11
Japan	581	-1	10	9	-26	551	2	7	23	-28
India	155	12	23	30	-20	244	14	29	40	-24
Newly industrialized economies (4) ^e	853	4	11	10	-17	834	4	11	17	-24
Memorandum items:										
Developing economies	4697	7	17	19	-22	4432	8	19	22	-20
MERCOSUR ^f	217	7	18	24	-22	186	13	31	41	-28
ASEAN ^g	814	6	12	14	-18	724	5	13	21	-23
EU (27) extra-trade	1525	4	17	13	-21	1672	3	16	17	-27
Least Developed Countries (LDCs)	125	11	25	32	-27	144	13	24	29	-11

a. Includes the Caribbean. For composition of groups see the Technical Notes of WTO, International Trade Statistics, 2009.

b. The 2007 annual change is affected by a reduction in trade associated with fraudulent VAT declaration. For further information, refer to the special notes of the monthly *UK Trade First Release* (www.statistics.gov.uk/StatBase/Product.asp?vlnk=1119)

c. Imports are valued f.o.b.

d. Algeria, Angola, Cameroon, Chad, Congo, Equatorial Guinea, Gabon, Libya, Nigeria, Sudan.

e. Hong Kong, China; Republic of Korea; Singapore and Chinese Taipei.

f. Common Market of the Southern Cone: Argentina, Brazil, Paraguay, Uruguay

Comercio Internacional de Servicios – Capítulo I: Aspectos generales

World exports of commercial services by region and selected country, 2009

(Billion dollars and percentage)

	Exports					Imports				
	Value	Annual percentage change				Value	Annual percentage change			
	2009	2005-09	2007	2008	2009	2009	2005-09	2007	2008	2009
World	3310	7	20	12	-13	3115	7	19	13	-12
North America	542	6	15	9	-10	430	4	9	7	-10
United States	470	7	16	10	-9	331	4	8	8	-9
South and Central America b	100	9	18	16	-8	111	12	22	21	-8
Brazil	26	15	26	27	-9	44	18	28	28	-1
Europe	1675	7	21	12	-14	1428	6	19	11	-13
European Union (27)	1513	7	21	11	-14	1329	6	19	11	-13
United Kingdom	240	4	20	2	-16	160	0	15	1	-19
Germany	215	8	18	11	-11	255	5	16	11	-10
France	140	4	16	10	-14	124	4	16	10	-12
Spain	122	7	20	12	-14	87	7	23	9	-17
Italy	101	3	13	7	-15	114	6	21	8	-11
Commonwealth of Independent States (CIS)	69	13	27	28	-18	91	11	30	26	-21
Russian Federation	42	14	27	30	-17	60	12	32	29	-19
Ukraine	13	10	26	27	-23	11	11	29	43	-32
Africa	78	9	19	19	-11	117	14	28	27	-11
Egypt	21	10	24	25	-15	14	9	27	25	-17
Morocco	12	13	24	12	-5	6	20	27	24	13
South Africa	11	0	13	-8	-9	14	4	16	3	-16
Middle East	96	11	16	20	-12	162	14	32	18	-13
Israel	22	6	10	14	-9	17	6	20	13	-12
Asia	751	9	22	14	-13	776	8	18	14	-11
China a	129	15	33	20	-12	158	17	29	22	0
Japan	124	5	10	15	-15	146	4	11	10	-11
Hong Kong, China	86	8	16	9	-6	44	7	15	11	-6
India	86	...	25	18	...	74	...	21	26	...
Singapore	74	8	26	3	-11	74	8	16	6	-6
Korea, Republic of	56	6	28	20	-25	74	6	21	12	-19
Chinese Taipei	31	5	7	11	-10	29	-2	8	0	-15

a Preliminary estimate.

b Includes the Caribbean. For composition of groups see Chapter IV Metadata of WTO International Trade Statistics, 2009.

Note: While provisional full year data were available in early March for 50 countries accounting for more than two thirds of world commercial services trade, estimates for most other countries are based on data for the first three quarters.

Source: WTO.

Comercio Internacional de Servicios – Capítulo I: Aspectos generales

Merchandise trade: leading exporters and importers, 2009

\$bn and %

Rank	Exporters	Value	Share	Annual % change	Rank	Importers	Value	Share	Annual % change
1	China	1202	9.6	-16	1	United States	1604	12.7	-26
2	Germany	1121	9.0	-22	2	China	1006	8.0	-11
3	United States	1057	8.5	-18	3	Germany	931	7.4	-21
4	Japan	581	4.7	-26	4	France	551	4.4	-22
5	Netherlands	499	4.0	-22	5	Japan	551	4.4	-28
6	France	475	3.8	-21	6	United Kingdom	480	3.8	-24
7	Italy	405	3.2	-25	7	Netherlands	446	3.5	-23
8	Belgium	370	3.0	-22	8	Italy	410	3.2	-26
9	Korea, Republic of	364	2.9	-14	9	Hong Kong, China	353	2.8	-10
						- retained imports a	91	0.7	-8
10	United Kingdom	351	2.8	-24	10	Belgium	351	2.8	-25
11	Hong Kong, China	330	2.6	-11	11	Canada	330	2.6	-21
	- domestic exports a	15	0.1	-9					
	- re-exports a	314	2.5	-11					
12	Canada	316	2.5	-31	12	Korea, Republic of	323	2.6	-26
13	Russian Federation	304	2.4	-36	13	Spain	290	2.3	-31
14	Singapore	270	2.2	-20	14	Singapore	246	1.9	-23
	- domestic exports	138	1.1	-21		- retained imports b	114	0.9	-28
	- re-exports	132	1.1	-19					
15	Mexico	230	1.8	-21	15	India	244	1.9	-24
16	Spain	218	1.7	-23	16	Mexico	242	1.9	-24
17	Taipei, Chinese	204	1.6	-20	17	Russian Federation o	192	1.5	-34
18	Saudi Arabia a	189	1.5	-40	18	Taipei, Chinese	175	1.4	-27
19	United Arab Emirates a	175	1.4	-27	19	Australia	165	1.3	-17
20	Switzerland	173	1.4	-14	20	Switzerland	156	1.2	-15
21	Malaysia	157	1.3	-21	21	Poland	147	1.2	-30
22	India	155	1.2	-20	22	Austria	144	1.1	-22
23	Australia	154	1.2	-18	23	Turkey	141	1.1	-30
24	Brazil	153	1.2	-23	24	United Arab Emirates a	140	1.1	-21
25	Thailand	152	1.2	-14	25	Thailand	134	1.1	-25
26	Austria	137	1.1	-24	26	Brazil	134	1.1	-27
27	Poland	134	1.1	-21	27	Malaysia	124	1.0	-21
28	Sweden	131	1.0	-29	28	Sweden	119	0.9	-29
29	Norway	121	1.0	-30	29	Czech Republic	105	0.8	-26
30	Indonesia	120	1.0	-14	30	Saudi Arabia a	92	0.7	-20
	Total of above d	10244	82.2	-		Total of above d	10323	81.6	-
	World d	12461	100.0	-23		World d	12647	100.0	-23

Comercio Internacional de Servicios – Capítulo I: Aspectos generales

Merchandise trade: leading exporters and importers, 2009

Excluding intra-EU (27) trade – \$bn and %

Rank	Exporters	Value	Share	Annual % change	Rank	Importers	Value	Share	Annual % change
1	Extra-EU (27) exports	1525	16.2	-21	1	Extra-EU (27) imports	1672	17.4	-27
2	China	1202	12.8	-16	2	United States	1604	16.7	-26
3	United States	1057	11.2	-18	3	China	1006	10.5	-11
4	Japan	581	6.2	-26	4	Japan	551	5.7	-28
5	Korea, Republic of	364	3.9	-14	5	Hong Kong, China	353	3.7	-10
						- retained imports a	91	0.9	-8
6	Hong Kong, China	330	3.5	-11	6	Canada	330	3.4	-21
	- domestic exports a	15	0.2	-9					
	- re-exports a	314	3.3	-11					
7	Canada	316	3.4	-31	7	Korea, Republic of	323	3.4	-26
8	Russian Federation	304	3.2	-36	8	Singapore	246	2.6	-23
						- retained imports b	114	1.2	-28
9	Singapore	270	2.9	-20	9	India	244	2.5	-24
	- domestic exports	138	1.5	-21					
	- re-exports	132	1.4	-19					
10	Mexico	230	2.4	-21	10	Mexico	242	2.5	-24
11	Taipei, Chinese	204	2.2	-20	11	Russian Federation o	192	2.0	-34
12	Saudi Arabia a	189	2.0	-40	12	Taipei, Chinese	175	1.8	-27
13	United Arab Emirates a	175	1.9	-27	13	Australia	165	1.7	-17
14	Switzerland	173	1.8	-14	14	Switzerland	156	1.6	-15
15	Malaysia	157	1.7	-21	15	Turkey	141	1.5	-30
16	India	155	1.6	-20	16	United Arab Emirates a	140	1.5	-21
17	Australia	154	1.6	-18	17	Thailand	134	1.4	-25
18	Brazil	153	1.6	-23	18	Brazil	134	1.4	-27
19	Thailand	152	1.6	-14	19	Malaysia	124	1.3	-21
20	Norway	121	1.3	-30	20	Saudi Arabia a	92	1.0	-20
21	Indonesia	120	1.3	-14	21	Indonesia	92	1.0	-28
22	Turkey	102	1.1	-23	22	South Africa a	72	0.7	-28
23	Iran, Islamic Rep. of a	78	0.8	-31	23	Viet Nam	69	0.7	-15
24	South Africa	63	0.7	-22	24	Norway	69	0.7	-23
25	Bolivarian Rep. of Venezuela	58	0.6	-39	25	Iran, Islamic Rep. of a	51	0.5	-10
26	Kuwait a	57	0.6	-35	26	Israel a	49	0.5	-27
27	Viet Nam	57	0.6	-10	27	Philippines	46	0.5	-24
28	Argentina	56	0.6	-20	28	Ukraine	45	0.5	-47
29	Chile	53	0.6	-20	29	Egypt	45	0.5	-7
30	Nigeria a	53	0.6	-36	30	Chile	42	0.4	-32
	Total of above d	8504	90.3	-		Total of above d	8602	89.6	-
	World d (excl. intra-EU (27))	9419	100.0	-22		World d (excl. intra-EU (27))	9605	100.0	-23

Comercio Internacional de Servicios – Capítulo I: Aspectos generales

Leading exporters and importers in world trade in commercial services, 2009

(Billion dollars and percentage)

Rank	Exporters	Value	Share	Annual percentage change	Rank	Importers	Value	Share	Annual percentage change
1	United States	470	14.2	-9	1	United States	331	10.6	-9
2	United Kingdom	240	7.2	-16	2	Germany	255	8.2	-10
3	Germany	215	6.5	-11	3	United Kingdom	160	5.1	-9
4	France	140	4.2	-14	4	China	158	5.1	0
5	China ^a	129	3.9	-12	5	Japan	146	4.7	-11
6	Japan	124	3.8	-15	6	France	124	4.0	-12
7	Spain	122	3.7	-14	7	Italy	114	3.6	-11
8	Italy	101	3.0	-15	8	Ireland	104	3.3	-5
9	Ireland	95	2.9	-7	9	Netherlands	87	2.8	-5
10	Netherlands	92	2.8	-11	10	Spain	87	2.8	-17
11	Hong Kong, China	86	2.6	-6	11	Canada	77	2.5	-11
12	India	86	2.6	...	12	India	74	2.4	...
13	Belgium	75	2.3	-11	13	Korea, Republic of	74	2.4	-9
14	Singapore	74	2.2	-11	14	Singapore	74	2.4	-6
15	Switzerland	68	2.1	-11	15	Belgium	72	2.3	-12
16	Sweden	60	1.8	-16	16	Russian Federation	60	1.9	-9
17	Luxembourg	60	1.8	-16	17	Denmark	51	1.6	-9
18	Canada	57	1.7	-12	18	Sweden	47	1.5	-14
19	Korea, Republic of	56	1.7	-25	19	Hong Kong, China	44	1.4	-6
20	Denmark	55	1.7	-25	20	Brazil	44	1.4	-1
21	Austria	53	1.6	-13	21	Saudi Arabia ^b	43	1.4	...
22	Russian Federation	42	1.3	-17	22	Australia	41	1.3	-13
23	Australia	41	1.3	-7	23	Thailand	38	1.2	-16
24	Norway	38	1.1	-17	24	Austria	38	1.2	-12
25	Greece	38	1.1	-25	25	Norway	37	1.2	-16
26	Turkey	33	1.0	-6	26	Luxembourg	36	1.2	-13
27	Taipei, Chinese	31	0.9	-10	27	United Arab Emirates ^b	36	1.1	...
28	Thailand	31	0.9	-9	28	Switzerland	34	1.1	-6
29	Poland	29	0.9	-9	29	Taipei, Chinese	29	0.9	-16
30	Malaysia	28	0.8	-8	30	Malaysia	27	0.8	-12
	Total of above	2765	83.5	-	31	Total of above	2540	81.6	-
	World	3310	100.0	-13	32	World	3115	100.0	-12

^a Preliminary estimate.

^b Secretariat estimate.

Note: While provisional full year data were available in early March for 50 countries accounting for more than two thirds of world commercial services trade, estimates for most other countries are based on data for the first three quarters.

Source : WTO

Comercio Internacional de Servicios – Capítulo I: Aspectos generales

Trade in commercial services of selected economies by origin and destination, 2007

(Million dollars and percentage)

	Exports					Imports					
	Value	Share	Annual percentage change			Value	Share	Annual percentage change			
			2004-07	2006	2007			2004-07	2006	2007	
European Union (27)											
World	1586629	100.0	14	13	21	World	1371589	100.0	12	10	19
European Union (27)	918349	57.9	14	13	20	European Union (27)	823565	60.0	12	10	19
United States	186557	11.8	10	11	14	United States	168917	12.3	9	5	14
Switzerland	83728	5.3	14	8	26	Switzerland	58615	4.3	13	4	26
Japan	26376	1.7	5	-4	14	Japan	18427	1.3	13	11	14
Russian Federation	25930	1.6	32	20	43	China	18386	1.3	27	28	26
Above 5	1240938	78.2	-	-	-	Above 5	1087911	79.3	-	-	-
Norway	25875	1.6	16	13	27	Russian Federation	16020	1.2	18	11	19
China	24001	1.5	30	9	45	Norway	15977	1.2	11	11	22
Canada	15768	1.0	16	18	23	Turkey	15897	1.2	9	-4	21
Singapore	15491	1.0	19	24	19	Canada	12762	0.9	15	16	24
Australia	14617	0.9	19	10	28	Hong Kong, China	10919	0.8	20	18	34
India	12754	0.8	42	38	45	Singapore	9548	0.7	16	10	29
Hong Kong, China	11218	0.7	9	-15	28	India	9333	0.7	23	15	32
Korea, Republic of	9804	0.6	13	16	16	Australia	8378	0.6	10	4	14
Turkey	8813	0.6	23	25	21	Egypt	7990	0.6	13	-1	23
Brazil	8693	0.5	24	15	33	Croatia	6599	0.5	16	9	12
Above 15	1387972	87.5	-	-	-	Above 15	1200934	87.6	-	-	-
United States											
World	472680	100.0	13	13	16	World	341673	100.0	10	12	9
European Union (27)	176509	37.3	-	-	-	European Union (27)	133350	39.0	-	-	-
Canada	42238	8.9	13	14	15	Canada	24617	7.2	6	8	4
Japan	39615	8.4	4	-1	-2	Japan	24509	7.2	7	7	3
Mexico	23397	4.9	10	6	10	Bermuda	16554	4.8	3	20	2
Switzerland	15459	3.3	14	13	22	Mexico	15627	4.6	5	4	6
Above 5	297218	62.9	-	-	-	Above 5	214658	62.8	-	-	-
China	13964	3.0	23	27	24	Switzerland	14949	4.4	20	19	11
Korea, Republic of	12518	2.6	11	17	4	India	9616	2.8	50	52	26
Australia	10287	2.2	15	14	22	China	8770	2.6	14	16	14
Brazil	9683	2.0	26	29	31	Taipei, Chinese	7171	2.1	8	5	4
India	9208	1.9	28	32	37	Hong Kong, China	6887	2.0	13	14	12
Singapore	7114	1.5	9	40	-11	Korea, Republic of	6563	1.9	6	6	2
Bermuda	6956	1.5	16	26	10	Australia	5958	1.7	15	5	22
Taipei, Chinese	6869	1.5	8	17	-7	Brazil	4028	1.2	28	58	21
Hong Kong, China	5704	1.2	18	18	18	Singapore	3921	1.1	12	0	6
Bolivian Rep. of Venezuela	3823	0.8	17	17	26	Israel	3082	0.9	13	7	21
Above 15	383344	81.1	-	-	-	Above 15	285603	83.6	-	-	-
Japan											
World	127060	100.0	12	13	10	World	148685	100.0	7	9	11
United States	33478	26.3	-	-	7	United States	42658	28.7	-	-	3
European Union (27)	32940	25.9	-	-	-	European Union (27)	32671	22.0	-	-	-
Singapore	9943	7.8	-	-	16	China	8071	5.4	-	-	15
Taipei, Chinese	9001	7.1	-	-	19	Singapore	7953	5.3	-	-	21
China	8155	6.4	-	-	8	Korea, Republic of	7142	4.8	-	-	9
Above 5	93517	73.6	-	-	-	Above 5	98494	66.2	-	-	-
Korea, Republic of	7412	5.8	-	-	33	Hong Kong, China	5881	4.0	-	-	10
Thailand	4217	3.3	-	-	14	Taipei, Chinese	4148	2.8	-	-	14
Canada	2092	1.6	-	-	-3	Australia	3711	2.5	-	-	17
Switzerland	1723	1.4	-	-	18	Switzerland	2897	1.9	-	-	30
Australia	1648	1.3	-	-	2	Thailand	2780	1.9	-	-	5
Indonesia	1581	1.2	-	-	-14	United Arab Emirates	1917	1.3	-	-	40
Philippines	1368	1.1	-	-	39	Philippines	1730	1.2	-	-	6
Saudi Arabia	1215	1.0	-	-	44	Canada	1640	1.1	-	-	11
India	1170	0.9	-	-	55	Indonesia	1622	1.1	-	-	8
United Arab Emirates	1019	0.8	-	-	-32	Malaysia	1318	0.9	-	-	20
Above 15	116960	92.1	-	-	-	Above 15	126138	84.8	-	-	-

Comercio Internacional de Servicios – Capítulo I: Aspectos generales

Merchandise trade of MERCOSUR countries by major product group and by origin/destination, 2008

(Billion dollars and percentage)

Destination	World					MERCOSUR					Other origin/destination				
	Value		Share		Annual percentage change	Value		Share		Annual percentage change	Value		Share		Annual percentage change
	2008	2000	2008	2007	2008	2008	2000	2008	2007	2008	2008	2000	2008	2007	2008
Exports															
Argentina															
Agricultural products	37.5	45.4	53.6	35	30	3.7	28.4	23.2	29	24	33.8	53.4	62.7	36	31
Fuels and mining products	8.8	20.6	12.6	-9	8	2.4	22.9	15.0	16	8	6.4	19.5	11.9	-16	7
Manufactures	21.6	32.4	30.8	17	25	10.0	48.7	61.8	27	39	11.6	24.7	21.5	11	15
Total exports	70.0	100.0	100.0	20	26	16.1	100.0	100.0	25	29	53.9	100.0	100.0	18	24
Brazil															
Agricultural products	61.4	28.1	31.0	22	27	1.1	10.5	5.3	26	21	60.2	30.9	34.2	22	27
Fuels and mining products	44.0	11.8	22.2	22	37	2.5	5.7	11.3	25	34	41.6	12.8	23.6	21	37
Manufactures	86.4	57.5	43.7	9	15	18.1	83.7	83.4	21	27	68.3	53.2	38.8	7	13
Total exports	197.9	100.0	100.0	17	23	21.7	100.0	100.0	24	25	176.2	100.0	100.0	16	23
Paraguay															
Agricultural products	4.0	80.2	90.5	50	69	1.9	83.2	88.6	54	67	2.1	75.0	92.1	47	71
Fuels and mining products	0.0	0.5	0.7	14	25	0.0	0.5	1.1	23	44	0.0	0.3	0.3	0	-13
Manufactures	0.3	19.3	7.8	26	-9	0.2	16.5	10.3	34	-9	0.1	24.4	5.6	15	-9
Total exports	4.4	100.0	100.0	46	59	2.1	100.0	100.0	50	53	2.3	100.0	100.0	43	65
Uruguay															
Agricultural products	4.1	55.7	69.3	12	44	0.6	41.2	37.7	28	37	3.5	67.3	81.0	9	45
Fuels and mining products	0.2	2.0	3.6	30	-4	0.1	4.1	5.6	373	-13	0.1	0.3	2.9	-20	4
Manufactures	1.5	41.4	25.9	15	15	0.9	54.6	56.7	22	29	0.6	30.8	14.6	7	0
Total exports	5.9	100.0	100.0	13	32	1.6	100.0	100.0	32	28	4.3	100.0	100.0	7	33
MERCOSUR															
Agricultural products	107.0	34.7	38.5	27	30	7.4	23.0	17.7	33	33	99.7	37.9	42.1	26	30
Fuels and mining products	53.1	14.1	19.1	14	31	5.0	13.6	12.0	22	19	48.1	14.3	20.3	13	32
Manufactures	109.9	48.8	39.5	11	17	29.2	63.3	70.3	23	30	80.6	45.0	34.1	8	13
Total exports	278.3	100.0	100.0	18	24	41.6	100.0	100.0	26	28	236.8	100.0	100.0	16	24
Imports															
Argentina															
Agricultural products	3.2	6.5	5.6	59	46	2.1	9.2	10.5	86	61	1.1	5.5	3.0	31	23
Fuels and mining products	6.3	6.2	10.9	41	51	2.0	9.3	10.0	36	21	4.2	5.0	11.4	44	72
Manufactures	46.3	87.1	80.7	29	22	16.2	81.5	79.5	22	23	30.2	89.4	81.3	32	21
Total imports	57.4	100.0	100.0	31	28	20.3	100.0	100.0	27	26	37.1	100.0	100.0	33	30
Brazil															
Agricultural products	10.2	8.5	5.6	32	34	4.6	34.1	28.6	33	27	5.6	4.3	3.4	32	40
Fuels and mining products	44.0	17.9	24.1	30	49	2.3	20.0	14.2	22	12	41.7	17.6	25.1	30	52
Manufactures	128.2	73.4	70.3	20	58	9.2	46.0	57.2	28	39	119.1	78.0	71.5	20	60
Total imports	182.4	100.0	100.0	32	44	16.0	100.0	100.0	29	30	166.4	100.0	100.0	32	46
Paraguay															
Agricultural products	0.7	17.8	7.1	36	33	0.6	25.7	13.4	56	31	0.1	9.3	2.5	-11	41
Fuels and mining products	1.7	14.3	16.2	27	65	0.8	20.9	18.4	104	15	0.9	7.2	14.7	-31	175
Manufactures	7.8	67.9	76.6	20	39	2.9	53.2	68.2	58	41	4.9	83.5	82.7	6	38
Total imports	10.2	100.0	100.0	22	42	4.3	100.0	100.0	66	34	5.9	100.0	100.0	1	48
Uruguay															
Agricultural products	0.9	14.1	10.1	21	40	0.6	21.7	15.7	20	44	0.3	8.2	5.7	25	34
Fuels and mining products	2.7	16.4	30.6	-5	108	1.2	10.6	29.3	19	107	1.6	20.9	31.6	-17	110
Manufactures	5.3	69.4	59.3	27	46	2.2	67.7	54.9	16	37	3.1	70.8	62.7	36	53
Total imports	8.9	100.0	100.0	17	59	3.9	100.0	100.0	17	53	5.0	100.0	100.0	17	63
MERCOSUR															
Agricultural products	15.1	8.4	5.8	37	37	7.9	22.7	17.7	43	37	7.2	4.8	3.3	30	37
Fuels and mining products	54.6	14.5	21.1	29	52	6.2	15.0	14.0	34	26	48.4	14.3	22.6	28	56
Manufactures	187.6	77.0	72.5	23	46	30.4	62.3	68.2	26	30	157.2	80.7	73.3	22	50
Total imports	259.0	100.0	100.0	31	41	44.5	100.0	100.0	30	30	214.4	100.0	100.0	31	43

Comercio Internacional de Servicios – Capítulo I: Aspectos generales

Sales by foreign affiliates of resident companies - affiliates located abroad primarily engaged in services activities (outward FATS), 2003-2006

(Billion dollars and percentage)

	Value				Annual percentage change			
	2003	2004	2005	2006	2000-03	2004	2005	2006
Australia a, b	24.6
Austria b	29.6
Belgium b, c	31.7	41.8	47.8	...	31	32	14	...
Canada d	70.6	74.8	81.8	98.0	-6	6	9	20
Czech Republic e	0.3	0.4	1.0	1.3	-3	58	139	28
Finland f	...	13.0	12.4	18.7	-4	51
France b, c, g	145.6	-12
Germany	400.1	429.7	7
Greece	3.5
Hungary f	...	0.4
Israel f	...	2.6	2.9	14	...
Italy	115.3	125.3	9
Japan	40.3	44.5	53.5	57.3	...	10	20	7
Latvia b, h	0.2
Portugal b	5.6	7.1	9.9	12.8	2	27	40	29
Slovak Republic f	0.0	0.0	17
United States	521.8	583.5	668.7	761.5	6	12	15	14

Excluding wholesale and retail trade and repair activities. Economies shown in italics exclude most or a large part of financial intermediation activities.

a Refers to fiscal year 2002-03 (July-June). Community, social and personal (except health), hotels and restaurants and communications services are not covered.

b Only includes affiliates directly owned.

c Classified under services according to activity of parent company.

d Branches are excluded.

e Only the first level of indirect ownership is covered.

f Community, social and personal services are not covered.

g Refers to 2002 value and annual percentage change for 2000-02.

h Only covers extra-EU (27) affiliates.

Note: Given the recent development of this statistical framework, comparability and coverage of data may not always be complete. See the Metadata.

Comercio Internacional de Servicios – Capítulo I: Aspectos generales

Sales by affiliates of foreign companies - resident affiliates primarily engaged in services activities (inward FATS), 2003-2006

(Billion dollars and percentage)

	Value				Annual percentage change			
	2003	2004	2005	2006	2000-03	2004	2005	2006
Austria a	24.9
Belgium	26.0	28.2	28.9	12	3	...
Bulgaria b	...	2.6	2.9	19	...
Cyprus b, c	...	0.9	0.9	1.1	8	14
Czech Republic	18.6	23.0	28.5	30.6	40	23	24	7
Denmark b, d, e	4.9	29
Estonia	...	1.6	2.1	2.4	26	18
Finland	11.8	13.6	13.3	...	35	15	-2	...
France	102.6	128.8	148.0	161.4	...	26	15	9
Germany	187.8	199.6	6
Greece d	4.5
Hong Kong, China f	...	83.1	91.6	114.0	10	24
Hungary	9.5	11.8	12.9	17.5	...	24	10	36
Ireland	16.6	18.7	26.7	33.2	...	12	43	24
Israel b	4.0	4.2	6.9	5	41	...
Italy	60.4	71.9	77.8	19	8	...
Japan g, h	14.8	20.8	33.3	27.1	...	40	60	-19
Latvia b	0.9	1.3	1.8	2.3	...	45	35	32
Lithuania b	...	1.9	2.3	23	...
Netherlands a, b	33.2	...	56.9
New Zealand i	11.9
Norway b	17.2	18.6	24.0	26.4	...	8	29	10
Poland	6.9	9.0	11.3	19.3	...	31	25	71
Portugal b	10.4	7.5	10.0	13.0	...	-28	33	30
Romania b	2.6	5.4	...	10.1	...	108
Slovak Republic b	...	4.8	6.4	6.6	34	2
Slovenia	0.8	1.2	55
Spain a, b	40.6	52.3	62.5	69.3	...	29	0	32
Sweden	36.4	43.5	46.0	62.9	25	19	6	15
Trinidad and Tobago d	0.2	29
United Kingdom	174.8	222.1	263.3	283.6	...	27	14	12
United States	416.0	426.7	460.5	563.5	1	2	8	22

Excluding wholesale and retail trade as well as repair activities. For economies shown in italics data exclude all or a large part of financial intermediation activities.

a Only direct control.

b Some or all community, social and personal services activities are not covered.

c Hotels and restaurants activities are not covered.

d Refers to 2002 value and annual percentage change for 2000-02.

e Transport, storage and communications activities are not covered.

f Includes other income.

g No estimation for non-response.

h Real estate activities are also not covered.

i Preliminary results based on 53 per cent of foreign affiliates.

Note: Given the recent development of this statistical framework, comparability and coverage of data may not always be complete. See the Metadata.

World trade in commercial services by category, 2008

(Billion dollars and percentage)

	Value		Share			
	2008	2006	2005	2006	2007	2008
Exports						
All commercial services	3780	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Transportation services	890	23.5	23.2	22.7	22.8	23.6
Travel	950	32.0	27.6	26.7	25.6	25.2
Other commercial services	1935	44.6	49.2	50.6	51.6	51.2
Imports						
All commercial services	3490	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
Transportation services	1045	28.7	29.0	29.0	29.0	29.9
Travel	850	29.6	26.9	25.9	25.1	24.4
Other commercial services	1595	41.7	44.1	45.1	45.9	45.7

Note: For more information on asymmetries, see the Metadata.

Table III.2

Growth of commercial services exports by category and by region, 1990-2008

(Annual percentage change)

	World	North America	South and Central America	Europe	CIS	Africa	Middle East	Asia
Commercial services								
1990-95	8	8	9	-	-
1995-00	5	7	6	4
2000-08	12	8	11	13	22	...	14	14
2006	14	12	14	12	23	13	19	17
2007	20	14	18	21	27	23	14	21
2008	12	9	15	11	28	13	19	14
Transportation services								
1990-95	6	4	7	-	-	11
1995-00	3	3	1	3	3
2000-08	13	7	12	13	18	...	15	13
2006	11	10	10	10	17	17	18	12
2007	20	12	15	21	20	31	13	23
2008	16	16	19	16	26	16	15	15
Travel								
1990-95	9	7	10	-	-	9
1995-00	3	6	7	2	...	6	...	2
2000-08	9	4	8	10	21	13	12	12
2006	10	5	11	8	24	12	14	15
2007	15	10	13	14	28	17	16	19
2008	10	11	9	8	23	5	20	12
Other commercial services								
1990-95	10	12	10	-	-	16
1995-00	7	11	9	6
2000-08	14	10	15	15	29	...	16	15
2006	17	17	20	15	31	9	24	21
2007	22	17	27	24	36	25	12	22
2008	11	6	20	10	34	25	21	13