

FUNDACION
ExportAr
Argentina

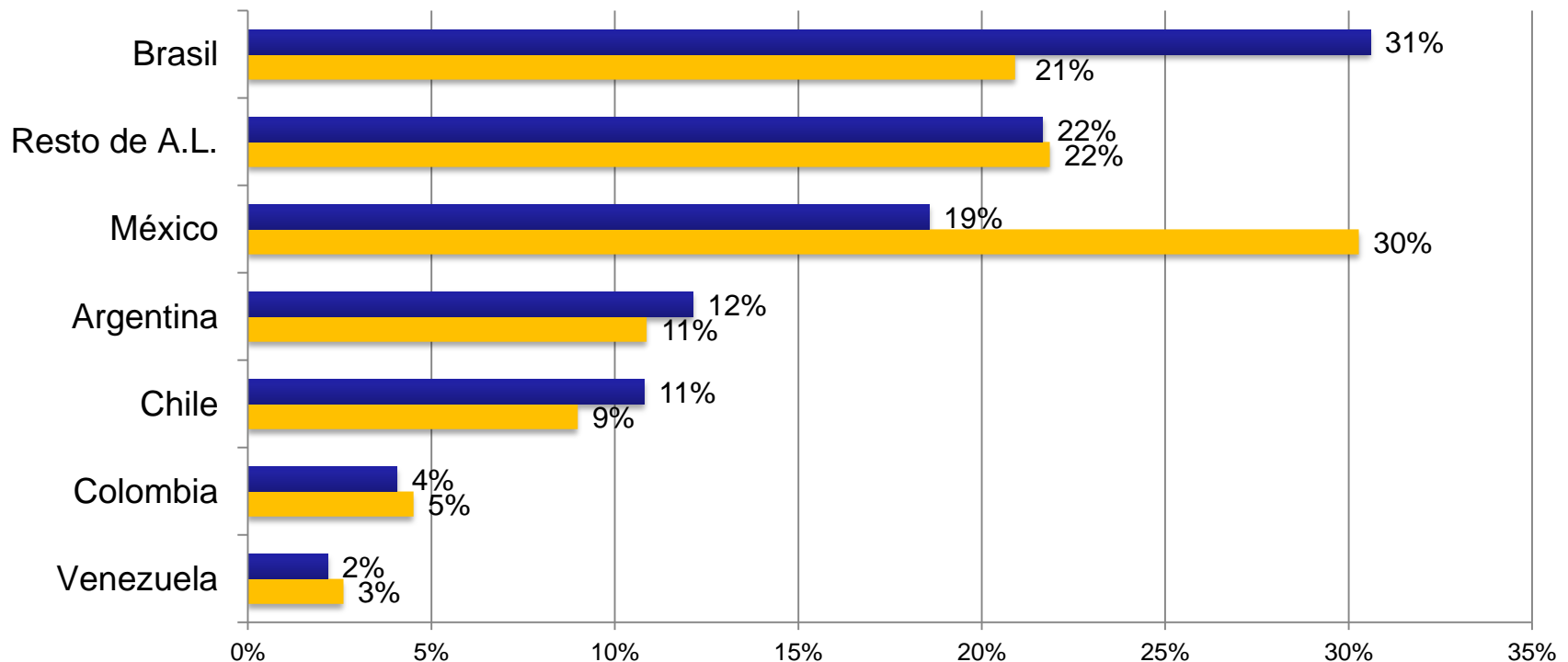
Promoción de las Exportaciones de Servicios de Argentina

1. Comercio de servicios: panorama mundial

Principales exportadores de servicios de América Latina en el año 2000 y en el 2008

■ Año 2008: Expo. Serv. = US\$ 99.540 millones

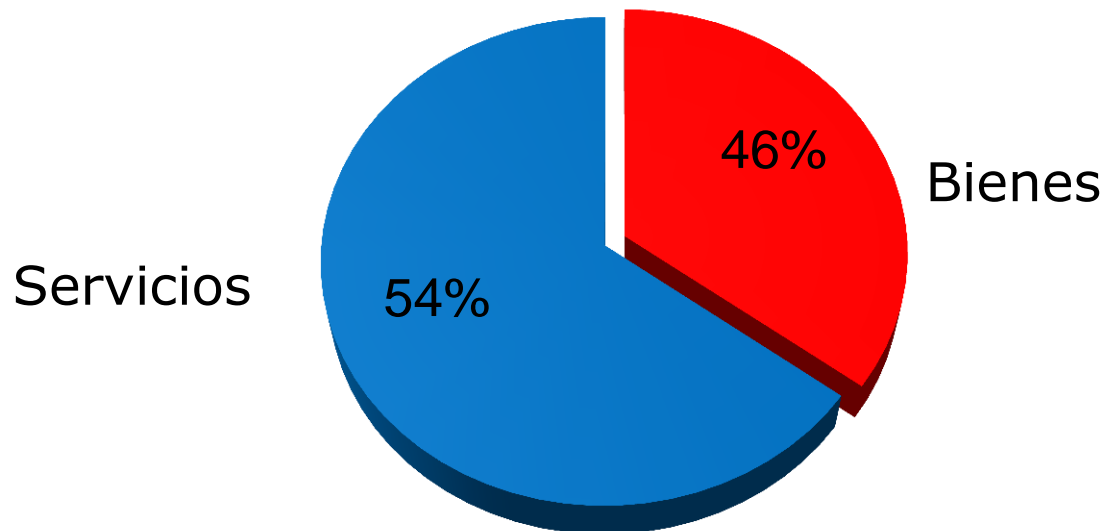
■ Año 2000: Expo. Serv. = US\$ 45.434 millones



- En el ***Informe de Desarrollo Humano de Naciones Unidas 2011*** la Argentina figura en el puesto 45º del índice de 187 países, dentro del grupo de países de ***Desarrollo Humano Muy Alto*** que integran mayormente los países desarrollados.
- Argentina aparece también en el puesto 30º del ***A.T. Kearney Global Services Location Index 2011*** que encabeza la India seguida por China y Malasia.
- En 2011 Argentina ascendió del puesto 87º al 85º en el ***Ranking de Competitividad Global del World Economic Forum*** que considera 142 países, gracias a las calificaciones obtenidas en materia de **educación** (cantidad de inscriptos en colegios primarios y en universidades) y al tamaño actual de su **mercado interno**.

El peso relativo de los Servicios en la economía de Argentina

**PRODUCTO INTERNO BRUTO
a precios corrientes de 2010
= us\$369.992 millones**

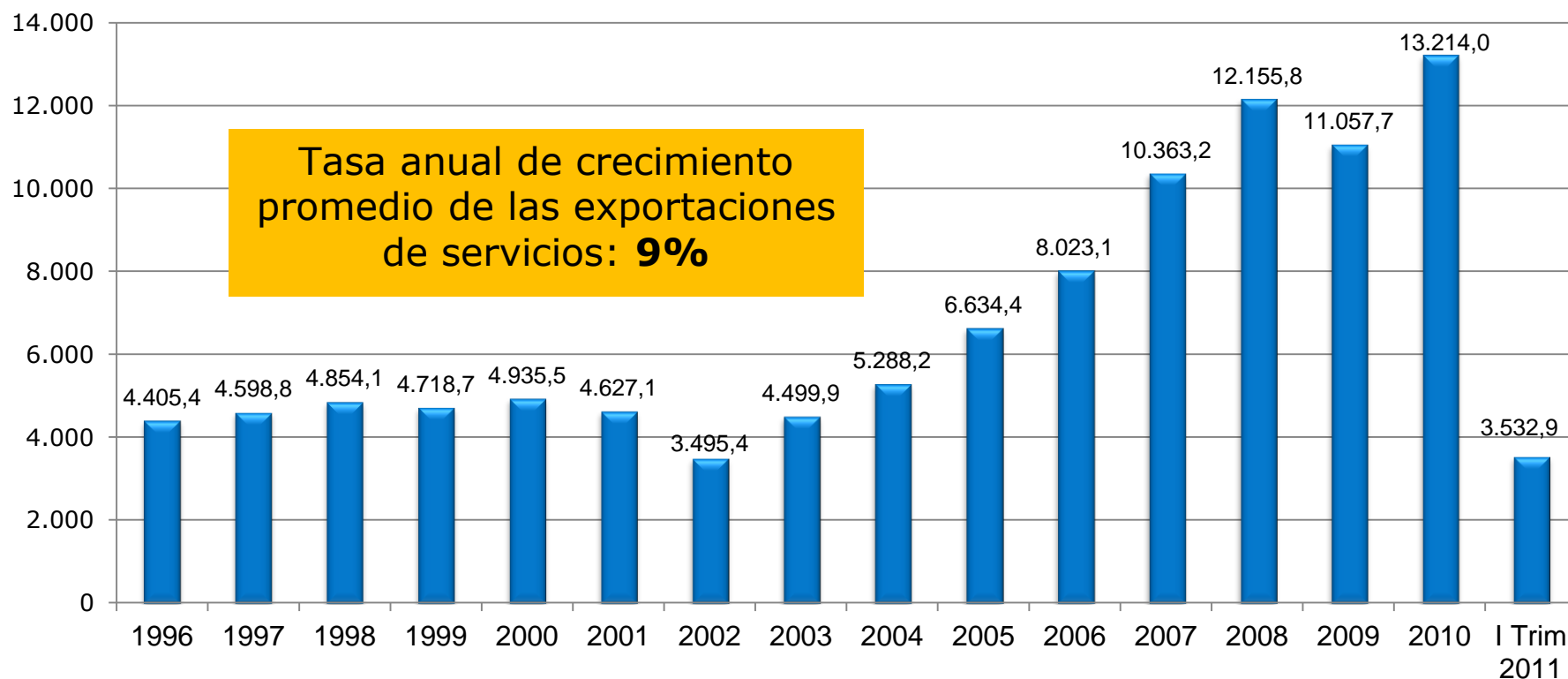


Fuente: DNCN (INDEC)

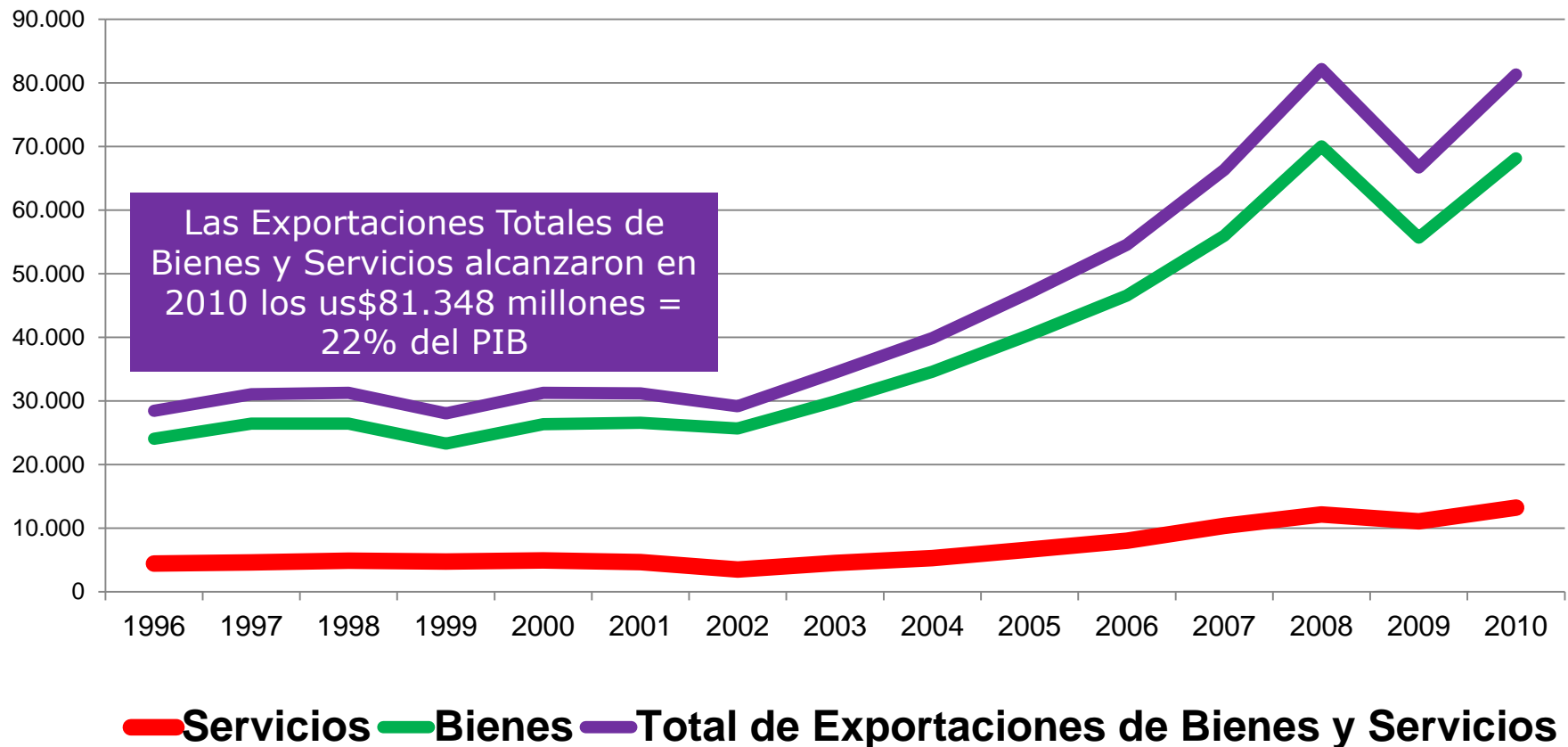
Según el Banco Mundial:
Argentina figura en el puesto
25º de los **países con
mayor PIB**, así como en el
puesto 48º de los **países
con mayor ingreso per
cápita**.

A su vez, la **penetración de
Internet** (65,5% de la
población) es comparable
con otros países
industrializados del
hemisferio norte.

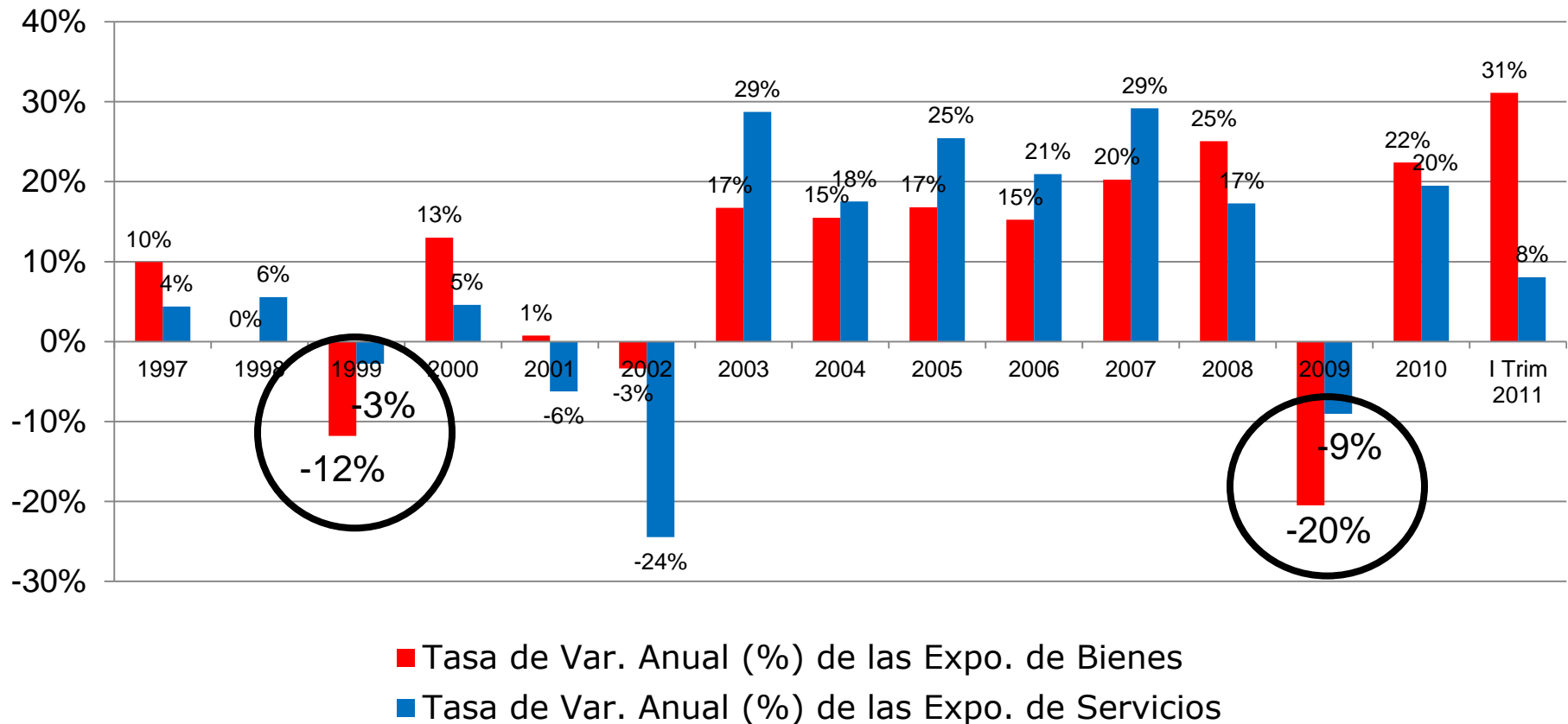
Evolución positiva de las exportaciones argentinas de servicios (US\$ millones)



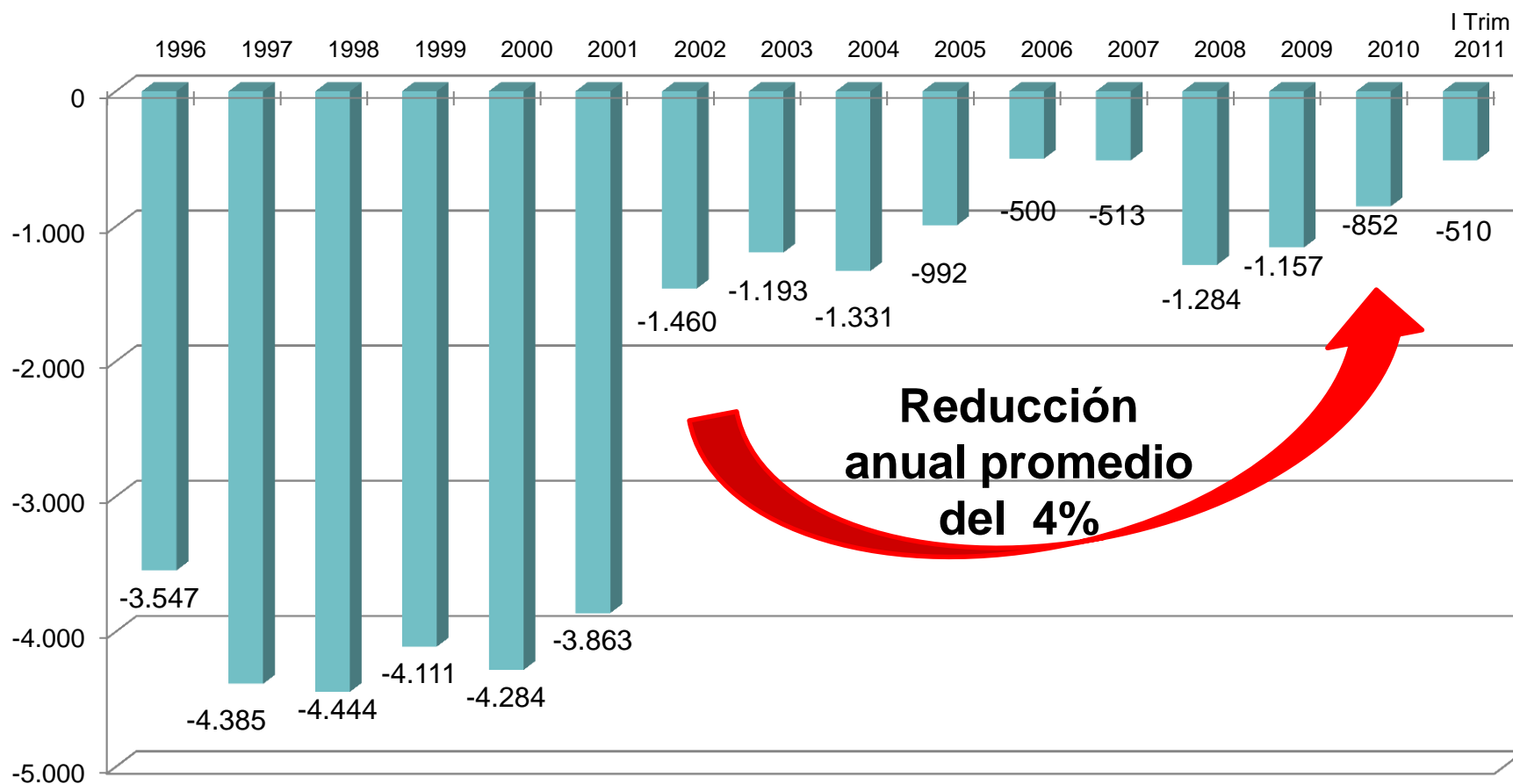
Los Servicios generaron el 16% del total de ingresos por exportaciones argentinas en 2010 = US\$13.214 millones



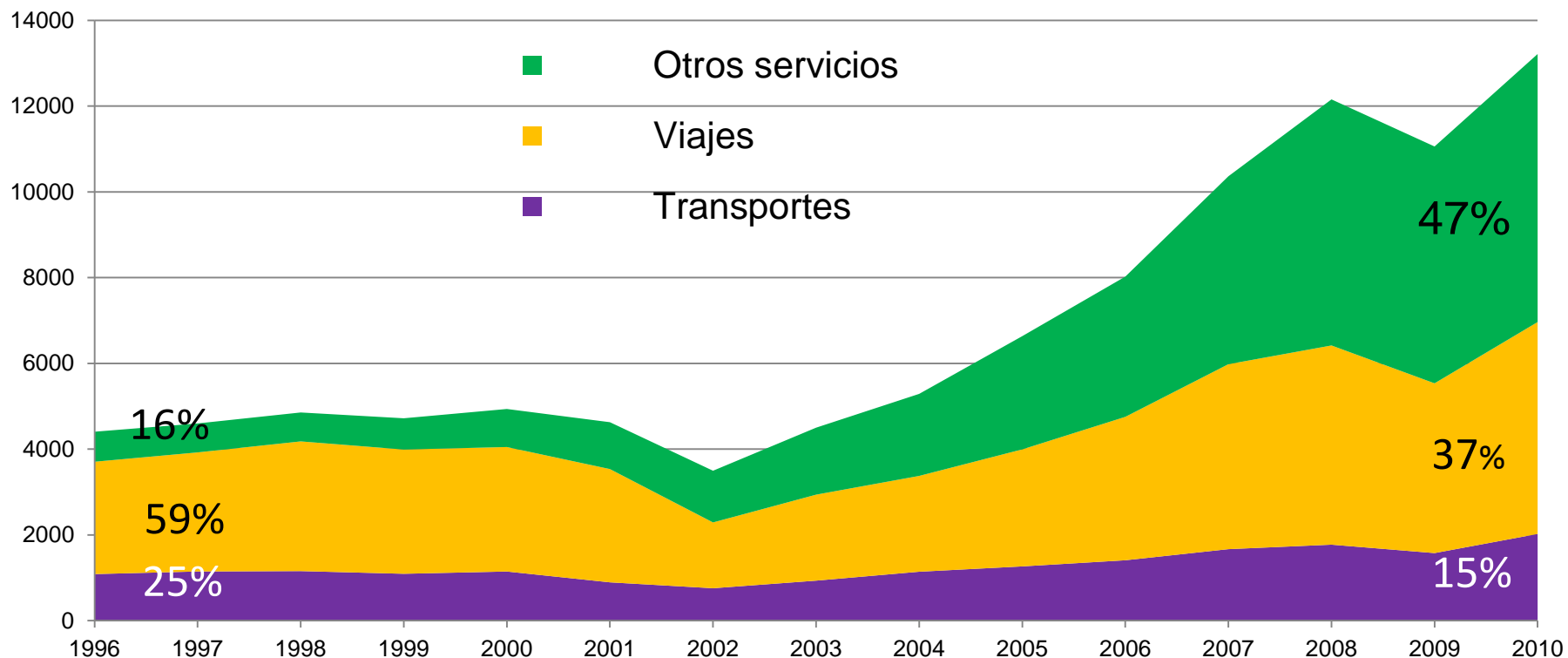
Mientras las exportaciones de bienes caen significativamente tras las crisis externas, las de servicios se mantienen en una mejor posición



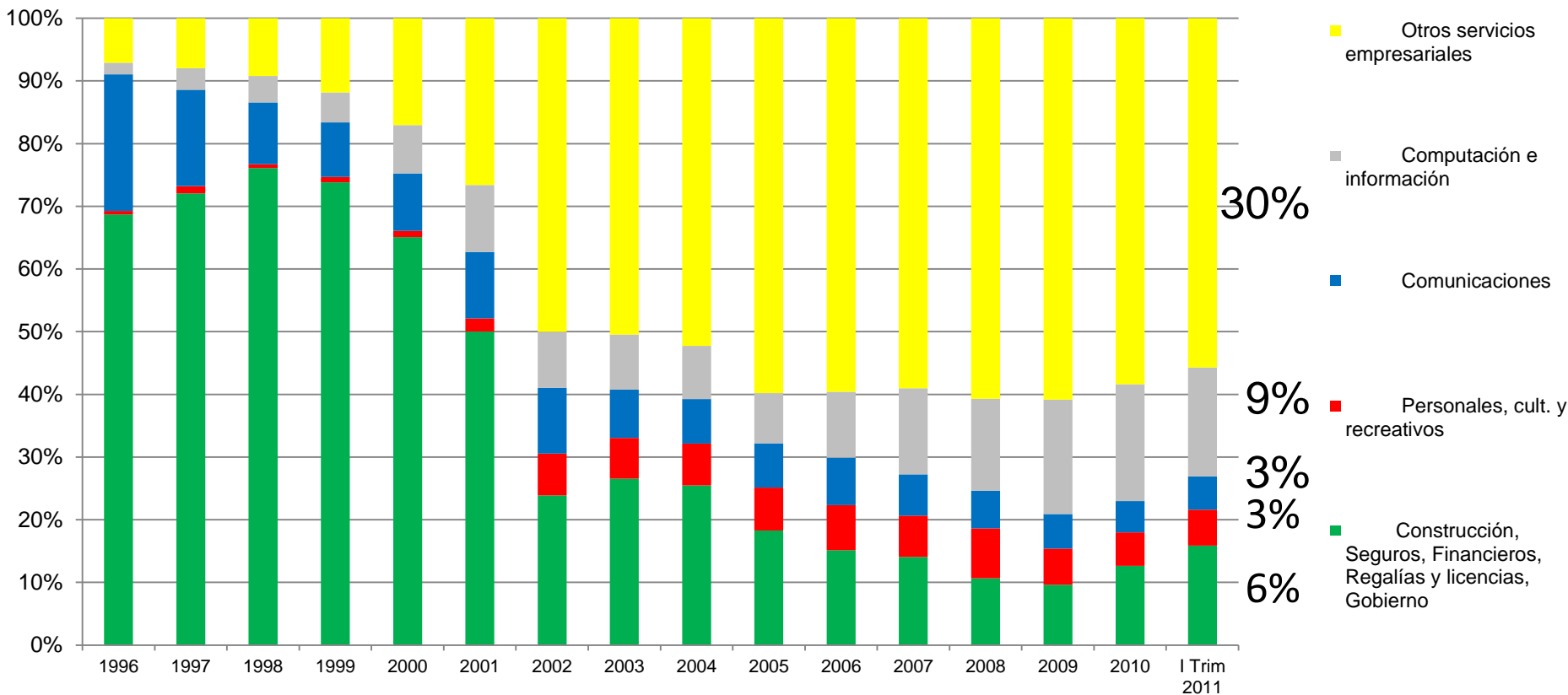
Tendencia decreciente del déficit del Balance de Servicios de Argentina (us\$ millones)



Expansión reciente de las exportaciones argentinas de los servicios no tradicionales...



...destacándose el crecimiento de las exportaciones de los servicios empresariales, profesionales y técnicos



Composición del rubro 'Otros Servicios Empresariales' (NSD*) Año 2010



*NSD = Nuevos Sectores Dinámicos

Comparación del aumento de las exportaciones argentinas de 'Otros Servicios Empresariales' (NSD*) a nivel regional (en US\$ millones y %)

País	2000			2008			Crec. NSD 2000-2008 (%)
	Expo. de Servicios (ES)	Expo. de NSD	NSD/ES (%)	Expo. de Servicios (ES)	Expo. de NSD	NSD/ES (%)	
Argentina	4.936	533	10,8	12.080	5.046	41,8	846,1
Brasil	9.498	5.018	52,8	30.451	15.094	49,6	200,8
Chile	4.083	667	16,3	10.755	2.026	18,8	203,9
Colombia	2.049	110	5,4	4.047	566	14	413,3
México	13.756	891	6,5	18.480	527	2,9	-40,9
Venezuela	1.182	151	12,8	2.162	194	9	28,5
Resto	9.931	1.162	11,7	21.566	3.404	15,8	192,9
América Latina	45.434	8.532	18,8	99.540	26.857	27	214,8

3. Promoción de las exportaciones de servicios en Argentina

Sectores promovidos

- *Servicios de Educación
- *Servicios de Salud
- *Servicios Audiovisuales
- *Servicios de Telecomunicaciones (Mobile)
- *Servicios de Tercerización de Procesos de Negocios (B.P.O.)

Promoción de las Exportaciones de Servicios de Educación: los primeros pasos

Las acciones de promoción del sector se coordinan con el **Programa de Promoción de la Universidad Argentina** de la Secretaría de Políticas Universitarias del Ministerio de Educación de la Nación.

Acciones realizadas

- 2006:** Participación de Universidades Argentinas como visitantes en la **China Education Expo**, (Beijing y Shanghai)
- 2007:** - Participación en la **China Education Expo** con Pabellón Argentino (Beijing) y Shanghai como visitantes
- **Viaje de Promoción de la Universidad Argentina** a San Pablo, Brasil (Participaron 14 universidades – Se concretaron 15 reuniones)
- 2008 :** - **Viaje de Promoción de la Universidad Argentina** a Dinamarca, Suecia y Finlandia.

Promoción de las Exportaciones de Servicios de Educación: la internacionalización

Acciones realizadas

2008

- **CHINA EDUCATION EXPO** - Beijing , China
- **Conferencia NAFSA** (4 Universidades) – Washington, Estados Unidos
Dirigida a un público profesional. Primera participación.

2009

- **Workshop Educativos:**
 - **APAIE** - China (20 Universidades)
 - **EAIE** – Madrid, España (35 Universidades):
 - **Roma, Italia** (10 Universidades): reuniones bilaterales y visitas a Universidades.
 - **Canadá** (4 Universidades): visitas a Universidades y se realizó un **Seminario sobre “Estudiar en la Argentina”** para los alumnos de cada una de ellas.
- **Conferencia de NAFSA** (20 Universidades) – Washington, Estados Unidos

Promoción de las Exportaciones de Servicios de Educación: cosechando resultados

Acciones realizadas

2010

Workshop Educativos

□ **Miami** (20 Universidades): Seminario para las instituciones educativas extranjeras y 200 reuniones bilaterales pactadas entre universidades.

□ **Noruega** (45 Representantes)

□ **Shangai, China**: se firman convenios de cooperación entre universidades argentinas y chinas para promover el intercambio de estudiantes.

□ **Londres**: se firmó un Convenio con Westminster University

Visitas realizadas a: la London School of Economics, la Oxford University , la Cámara de Comercio Argentino- Británica, la Cámara de los Comunes y la Cámara de los Lords.

Promoción de las Exportaciones de Servicios de Salud: reconociendo nuestras fortalezas

- La **excelencia médica argentina** es vasta e incluye los **premios Nobel** al médico y fisiólogo Bernardo Houssay, y al prestigioso médico y bioquímico Luis Federico Leloir, cuyo principal aporte se centró en el estudio de los nucleótidos de azúcar.
- Argentina cuenta con una **amplia oferta de instituciones de salud** públicas y privadas. Según datos del Ministerio de Salud de la Nación, en el año 2010 existían en el país **9.722 establecimientos privados** para la atención médica.
- Argentina cuenta también con importantes institutos de investigación, como el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas (CONICET), el Instituto Leloir, la Fundación Favaloro y el valioso aporte de la red de investigadores y científicos radicados en el exterior que a través del **programa RAICES** del Ministerio de Ciencia y Técnica Argentino cooperan en diversas áreas.

Promoción de las Exportaciones de Servicios de Salud: las acciones de promoción realizadas

En **2008** se presentó el **Programa de Promoción Sectorial**, con un estudio de mercado de los cuatro principales países del sector con experiencia en la promoción del 'turismo médico': India, Tailandia, México y Costa Rica.

Bajo el lema **Argentina HealthCare** una delegación de instituciones de la salud, participó de:

- **2008** Congreso Medical Tourism Association
Medical Tourism & Global Healthcare. San Francisco, USA
- **2009** Congreso Medical Tourism Association:
Medical Tourism & Global Healthcare. Los Angeles, USA
- **2010** Congreso Medical Tourism Association:
Medical Tourism & Global Healthcare. Los Angeles, USA

Promoción de las Exportaciones de Servicios de Salud: las acciones de promoción realizadas y previstas

- **2011 Workshop Costa Rica**, organizado junto a PROMED
- **2011 Workshop Murcia**, en el marco del Congreso WTHC
- **2011** Congreso Medical Tourism Association: **Medical Tourism & Global Healthcare**. Chicago, USA.
- 2011 Fruto del trabajo realizado durante 4 años junto a un grupo de instituciones de la salud, se creó la **Cámara de Instituciones Argentinas para la Promoción de la Salud (CIAPS)**.

Promoción de las Exportaciones de Servicios Audiovisuales

- La Argentina es el **4º productor y exportador audiovisual del mundo**. En 2010 exportó 40.000 horas de programación televisiva. Los contenidos locales se transmiten en 80 países.
- Se estima que el sector audiovisual genera en Buenos Aires unos 80.000 empleos.
- El **último premio Oscar de la Academia a la Mejor Película Extranjera** a la película de Campanella, así como la participación de producciones argentinas de televisión en las nominaciones de los **premios Emmy a la televisión** (Televisión por la identidad y Ciega a citas), posicionaron a la Argentina como nunca antes entre los principales productores audiovisuales fuera de la industria de Hollywood.

Acciones realizadas

2008: 1º Ronda Internacional de Negocios en el **Festival ExpoToons** de Buenos Aires Participaron 16 empresas argentinas de animación y 5 compradores extranjeros de: Canadá, España, México y República Dominicana.

2009: 2º Ronda Internacional de Negocios en el **Festival ExpoToons** de Buenos Aires Participaron 21 empresas argentinas y 12 compradores extranjeros de: Corea, Chile, Brasil, Colombia, Ecuador, Italia, y Francia. En este marco se llevó a cabo **“Cartoon Connection”**, **1º encuentro entre profesionales de la animación europeos y latinoamericanos**, en el que se presentaron ante inversores europeos 16 proyectos latinoamericanos, 9 de ellos argentinos.

Promoción de las Exportaciones de Servicios Audiovisuales

Acciones realizadas

2009: KIDSCREEN SUMMIT, Festival de Animación en Nueva York. Participaron 5 empresas argentinas y mantuvieron más de 50 reuniones y tuvieron diversos seminarios y workshops , por ej: *¿Cómo presentar un proyecto que sea comercial para la industria?*

2010: KIDSCREEN SUMMIT de Nueva York (participaron 4 empresas argentinas)

2011: MIPTV, Festival de Animación y Multimedia de Cannes, Francia. Participaron junto a ExportAr empresas argentinas de la **Cámara Argentina de Exportadores Audiovisuales (C.A.E.A.)**

2011: Festival de Animación de Annecy, Francia

Promoción de las Exportaciones de Servicios de Tercerización de Procesos de Negocios (B.P.O.)

Acciones realizadas

2011

-OUTSOURCE2LAC: 1º FORO LATINOAMERICANO y DEL CARIBE, Montevideo, Uruguay. Participaron 7 empresas argentinas, las que realizaron 40 contactos. Se llevó a cabo un concurso para premiar a las PYMES que presentaron la propuesta de valor más innovadora.

-GARTNER OUTSOURCING & VENDOR MANAGEMENT SUMMIT, Miami, USA.

La Fundación Export.Ar junto a la Cámara de Empresas de Software & Servicios Informáticos (CESSI), participó con un stand institucional en el cual estuvieron presentes 6 empresas argentinas.

-WORLD BPO/ITO FORUM , New Jersey, USA.

La participación de empresas argentinas estuvo organizada por la Fundación ExportAr en coordinación con la Cámara de Empresas de Software & Servicios Informáticos de la República Argentina (CESSI).

4. Análisis FODA de la Exportación de Servicios en Argentina

4. Análisis FODA de la Exportación de Servicios en Argentina

Fortalezas	Oportunidades
*Disponibilidad de servicios y técnicas de calidad no viables en ciertos países de la región. La penetración de Internet en Argentina (65,5% de la población) es comparable a la de los países desarrollados.	*La introducción de nuevas tecnologías de transmisión para, por ejemplo, las operaciones bancarias electrónicas y los servicios de telemedicina o de teleeducación.
*Reconocimiento a nivel latinoamericano.	*La supresión en muchos países de monopolios existentes desde hacía mucho tiempo (por ejemplo, en las esferas de la telefonía vocal y los servicios postales).
*Mayor proximidad geográfica a los EE.UU. y Canadá respecto de los países competidores de Asia, y por ello: menor diferencia horaria y tiempo de viaje.	* Las reformas normativas en sectores sometidos hasta ahora a una estricta reglamentación, como el de los transportes.
*Idioma y cultura en común a nivel continental y con el componente hispano de la población estadounidense.	*Se espera que para el año 2020 el comercio internacional de servicios llegue al 50 % del comercio mundial (en la actualidad es el 20% aprox.) (PROCHILE, 2007)
*Reconocimiento internacional de arquitectos argentinos.	*Elevada proporción poblacional cuya edad es inferior a los 30 años en Asia.
*Cordialidad, buen trato y empatía de los profesionales argentinos: médicos, educadores, diseñadores, etc.	*Envejecimiento de la estructura poblacional de los países desarrollados.

Fuentes: elaboración propia con datos de la OMC, Andrés López (2010) y otros

4. Análisis FODA de la Exportación de Servicios en Argentina

Fortalezas	Oportunidades
*Identidad y cultura occidental de las grandes ciudades, lo cual implica un menor shock en la prestación de servicios médicos pre y post-operatorios con Asia.	*Tamaño de la población hispana en EE.UU., 50 millones de habitantes: casi 1 de cada 6.
*Reconocimiento de los médicos argentinos en sus ámbitos profesionales e historia de Premios Nobel obtenidos.	*Estratos poblacionales con alto poder adquisitivo en Centro y Sudamérica.
*Reconocimiento de los publicistas argentinos en los principales festivales de la industria a nivel mundial.	*Existencia de programas de becas para estudiantes europeos para realizar estudios en el extranjero.
*Existencia de ejemplos exitosos de coordinación público-privados para la promoción del 'turismo médico', el 'Producto Nieve Argentina', la 'Universidad Argentina', entre otros.	*Creciente interés de aseguradoras y empresas norteamericanas en reducir los costos de los servicios de salud, recurriendo al 'turismo médico'.
*La marca 'ArgentinaHealthCare' para promover el 'turismo médico'.	*Convenios a nivel regional para atraer pacientes de países con deficiencias en sus servicios de salud.
*Existencia del 'Plan Federal Estratégico de Turismo Sustentable 2016'.	*Enorme masa de población de EE.UU. sin cobertura de salud o sub-asegurada.
*Existencia del 'Plan Estratégico Sectorial 2004-2014' para el Software.	*Aparición de un nuevo segmento en el mercado de servicios financieros de USA: los préstamos a consumidores. (Deloitte, 2011)
* Existencia del 'Plan Estratégico Industrial Argentina 2020'.	* La economía mundial, horizonte 2020: especial atención a la generación de empleo. Superar tasas de crecimiento del empleo en Europa por encima del 1% anual parece poco probable. En la UE pueden generarse del orden de un millón de empleos por año una vez superada la crisis. Un análisis sectorial pormenorizado pone de manifiesto la necesidad de puestos con media o alta cualificación y en servicios. (CEPREDE: Perspectivas, Junio 2010)

4. Análisis FODA de la Exportación de Servicios en Argentina

Debilidades	Amenazas
*Inexistencia de un marco normativo nacional específico para la promoción de las exportaciones de servicios.	*El intento de aplicación de restricciones al comercio de servicios en las economías desarrolladas como resultado de la última crisis financiera.
*La legislación argentina relativa a los 'consorcios de exportación' no facilita a las empresas que los integran una rápida recuperación del IVA.	*Reciente aprobación de legislación específica para la promoción de las exportaciones de servicios en otros países de la región (por ejemplo: en Perú).
*Inexistencia de un estudio sobre la potencialidad exportadora del sector servicios a nivel nacional.	*Existencia de diversas ventajas impositivas y crediticias para las empresas exportadoras de servicios en otros países de la región.
*Se utilizan 'certificaciones de calidad' solo en algunas empresas argentinas exportadoras de servicios.	*Con la ayuda de organismos internacionales como la OMC y la UNCTAD, otros países de la región han ya estudiado el potencial de su exportación de servicios.
*Subestimación del valor real de las exportaciones argentinas de servicios debido a la metodología de registro actualmente empleada.	*Mejores condiciones laborales para algunos profesionales argentinos en el exterior favorecen la fuga de capital humano.